

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA
MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI
O‘ZBEKISTON DAVLAT JISMONIY TARBIYA VA
SPORT UNIVERSITETI
“SPORT MENEJMENTI VA IQTISODIYOT”
KAFEDRASI**

“TASDIQLAYMAN”
O‘quv ishlari bo‘yicha prorektor
_____I. Axmedov

**“SPORTDA KORPORATIV BOSHQARUV”
FANIDAN**

O‘QUV-USLUBIY MAJMUA

Tuzuvchilar: o‘qituvchi Yuldoshev U.
o‘qituvchi Rasulov A.

Chirchiq - 2020 yil

“Sportda korporativ boshqaruv” fani bo‘yicha o‘quv-uslubiy majmua “Sport menejmenti va iqtisodiyot” kafedrası yig‘ilishida muhokama qilindi va O‘zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti o‘quv-uslubiy kengashida muhokama qilish uchun tavsiya etildi. (Bayonnoma №___ 2020 yil ___avgust)

Kafedra mudiri:

K. Ziyadullayev

“Sportda korporativ boshqaruv” fani bo‘yicha o‘quv-uslubiy majmua O‘zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti o‘quv-uslubiy kengashida muhokama qilindi va nashrga tavsiya etildi. (Bayonnoma №___ 2020 yil ___avgust)

O‘quv-uslubiy kengash raisi

I. Axmedov

“Sportda korporativ boshqaruv” fani bo‘yicha o‘quv-uslubiy majmua materiallari ro‘yxati:

1. Fan dasturi.
2. Ishchi fan dasturi.
3. Ma'ruza matnlari.
4. Taqdimot.
5. Seminar materiallari.
6. Glossariy.
7. Test savollari.
8. Adabiyot

O'QUV-USLUBIY MAJMUANING TARKIBIY TUZILISHI

№	Majmuaning tarkibiy qismlari	betlar
1.	Fan dasturi.....	4
2.	Ishchi fan dasturi.....	15
3.	Ma'ruza matnlari.....	26
4.	Mavzular bo'yicha taqdimot slaydlari	134
5.	Seminar materiallari.....	151
6.	Glossariylar.....	161
7.	Test topshiriqlari.....	165
8.	Tavsiya etiladigan adabiyotlar ro'yxati.....	170

FAN DASTURI

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**O'ZBEKISTON DAVLAT JISMONIY TARBIIYA VA SPORT
UNIVERSITETI**



Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi

Ro'yxatga olindi: № BD5230400 - 2.08

2020 yil "10" 10

**SPORTDA KOORPORATIV BOSHQARUV
FAN DASTURI**

Bilim sohasi: 200000 - Ijtimoiy soha, iqtisod va huquq
Ta'lim sohasi: 230000 - Iqtisod
Ta'lim yo'nalishi: 5230400 – Marketing (sport)

Chirchiq – 2020

Fan dasturi Oliy va o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi yo'nalishlari bo'yicha O'quv-uslubiy birlashmalar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi Kengashning 2020 yil "30" 10 dagi 6 -sonli bayonnomasi bilan ma'qullangan.

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2020 yil "7" 12 dagi "648" - sonli buyrug'i bilan ma'qullangan fan dasturlarini tayanch oliy ta'lim muassasasi tomonidan tasdiqlashga rozilik berilgan.

Fan dasturi O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universitetida ishlab chiqildi.

Tuzuvchilar:

- Ismagulova G.N. - O'zDJTSU "Sport menejmenti va iqtisodiyot" kafedrası o'qituvchisi
- Matkarimova N.T. - O'zDJTSU "Sport menejmenti va iqtisodiyot" kafedrası o'qituvchisi

Taqrizchilar:

- To'xtabayev J.Sh. - TDIU, "Iqtisodiy xavfsizlik" kafedrası Katta o'qituvchisi, i.f.n., PhD
- Ziyadullayev K. Sh. - O'zDJTSU "Sport menejmenti va iqtisodiyot" kafedrası mudiri, i.f.n., dotsent

Fanning o'quv dasturi O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti Ilmiy-uslubiy Kengashida ko'rib chiqilgan va tavsiya qilingan (2020 yil "14" 07 dagi "12" – sonli bayonnoma).

I. O'quv fanining dolzarbligi va oliy kasbiy ta'limdagi o'rni

Sportda korporativ boshqaruv fani marketing yo'nalishi talabalari uchun iqtisodiy faoliyatni yuritish maqsadida nazariy va amaliy bilimlarga ega bo'lishi mumkin. Korporativ aloqalarini kuchaytirish va hamkorlikni mustahkamlash ochiq iqtisodiyot yo'lida izchil rivojlanishimizning muhim omili hisoblanadi.

Talabalarga korporativ boshqaruv tizimini va asosiy nazariyalarini o'rganish, kompaniyalarni boshqarish faoliyati tamoyillari, korporativ nizolarni echish va ularning huquqiy me'yoriy ko'nikmalarini hosil etishdan iborat. Sportda korporativ boshqaruv fanining asosiy maqsadi talabalarda korporativ boshqaruv tizimi va tarkibi, kompaniyalarda korporativ madaniyatni joriy etish bo'yicha tushunchalarga ega bo'lishdir.

II. O'quv fanining maqsadi va vazifasi

Fanni o'qitishdan maqsad - talabalarga "Sportda korporativ boshqaruv" fanining mazmun mohiyatini va shu bilan bir qatorda aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruv muhitini ta'minlashning o'ziga xos xususiyatlari, korporativ tuzilmalarning faoliyatini tahlil qilish yo'llari va usullari, turli ilmiy-nazariy yondashuvlar, iqtisodiy boshqaruv modellari yordamida tahlil qilish va istiqbollarni amalga oshirish yo'llarini, sportda korporativ boshqaruv fanining rivojlanishiga asosiy omillardan bo'lib hisoblanadi. Turli vaziyatlarni mantiqiy vaziyatlar va iqtisodiy modellar orqali tahlil qilish va istiqbollashni amalga oshirishni, aksiyador jamiyat strategiyasini tanlash va qarorlar qabul qilish bo'yicha turli holatlarni tahlil qilishni o'rgatishdan iboratdir.

Fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga quyidagi talablar qo'yiladi. **Talaba:**

- sportda korporativ boshqaruv fanining va uslubiy asoslari; korporativ boshqaruv nazariyasi modellari; korporativ boshqaruv nazariyasi uslubiyatlarini; korxonalar faoliyatining iqtisodiy va moliyaviy ko'rsatkichlarini boshqaruv sohasida ularning mustaqilligini ta'minlash hisobiga yaxshilash to'g'risida **tasovvurga ega bo'lishi;**

- milliy moliya bozorining (kapital, qimmatli qog'ozlar, ko'chmas mulk bozorlari) turli bo'g'inlarini rivojlantirish hamda aholining korxonalar kapitalidagi ishtirokini kengaytirish xususiyatlarini **bilish va ulardan foydalana olishi;**

- ichki bozorni turli mahsulotlar bilan to'ldirish va mahalliy korxonalarning raqobatbardoshlik darajasini oshirish maqsadida raqobatdosh bozor muhitini yaratish **ko'nikmalariga ega bo'lish kerak.**

Fanni o‘qitish vazifalari:

- korporativ boshqaruvning vazifalari, tamoyillari va ijtimoiy-iqtisodiy mohiyatini, korporativ boshqaruv tashkiliy tizimi xususiyatlarini, kompaniyalar faoliyatini samarali tashkil qilishda korporativ boshqaruvning roli va mulkdorlarning huquqini himoyalashni, korxonalarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri va portfelli xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, aksiyadorlar huquqlari va manfaatlarini himoya qilish, aksiyadorlik jamiyatlari investitsion jozibardorligini oshirish, aksiyalar narxining o‘sishi orqali uzoq muddatli iqtisodiy qiymatning jamg‘arilishi, jamiyatning rivojlanish strategiyasini aniqlash va uning amalga oshirilishini nazorat qilish, aksiyadorlik jamiyatlari biznes - rejalarini tasdiqlash va ular bajarilishini nazorat qilish va faoliyatning boshqa muhim masalalarini hal qilishdan iboratdir.

- korporativ boshqaruv tizimi - korporatsiya o‘z aksiyadorlari manfaatlarini ifodalashi va himoya qilishi lozim bo‘lgan tashkiliy modelni ifodalaydi. Bu aksiyadorlar, direktorlar kengashi, menejerlar va boshqa manfaatdor tomonlarning (xodimlar, kreditorlar, mahalliy hukumat, jamoat tashkilotlari) o‘zaro aloqa tizimi bo‘lib, undan maqsad amaldagi qonunchilikka rioya qilib, xalqaro andozalarga muvofiq foydani oshirish borasida yuksak ***darajasiga ega bo‘lishi kerak.***

III. Asosiy nazariy qism (ma‘ruza mashg‘ulotlari)

1-modul. “Sportda korporativ boshqaruv” faniga kirish

1-mavzu. “Sportda korporativ boshqaruv” fanining predmeti, maqsad va vazifalari

Sportda korporativ boshqaruv fanining predmeti, maqsad va vazifalari, korporativ boshqaruv tushunchasi. Korporativ boshqaruvning korporativ menejmentdan farqi. Korporativ boshqaruvning kelib chiqishi. Korporativ boshqaruv tizimi, tamoyillari va unga ta’sir etuvchi omillari. Korporativ boshqaruvning turli shakllardagi sub‘ektlarga ta’siri.

2- mavzu. Korporativ boshqaruvning rivojlanish tarixi

Korporativ boshqaruvni kelib chiqishining asosiy shartlari va sabablari. Korporativ boshqaruvning nazariy manbalari. Neoklassik va institutsional yondashuvda korporativ boshqaruv nazariyasi: Korxona nazariyasida zamonaviy korporatsiya tuzilishi: moliyalashtirish, mulkchilik, nazorat. Aksiyadorlarni manfaatdor tomonlari. Korporativ boshqaruvning zamonaviy rivojlanish nazariyasi. Firma nazariyasi. Transaksion xarajatlar nazariyasi. Agentlik nazariyasi.

3- mavzu. Korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari va modellari

Korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari. Korporativ nazoratning shakllari va modellari. Korporativ boshqaruvning modellari (anglo – amerika, germaniya va yaponiya modellari) va xususiyatlari. Korporativ boshqaruv modellarining mamlakatlardagi xususiyatlari. Modellarning taqqoslash tahlili: o'xshashliklari, farqlari, rivojlanish istiqbollari. Iqtisodiy hamkorlik tashkiloti tomonidan korporativ boshqaruvni amalga oshirish tamoyillari. “Qimmatli qog'ozlar bozori”, “Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini ximoya qilish” to'g'risidagi qonunlarda korporativ boshqaruvning huquqiy jihatlari.

4- mavzu. Korporativ strategiya va ijtimoiy ma'uliyat

Korporativ strategiya mazmuni va mohiyati. Strategik rejalashtirish tizimi. Umumiy strategiya. Korporatsiya strategiyasini ishlab chiqish jarayoni: korporativ rahbariyat, ijtimoiy mas'uliyat. Korporatsiyalar strategiyasini ishlab chiqish. Bozorda strategiyani ishlab chiqish tartibi. Ichki tarkibni ishlab chiqish. Tashkiliy boshqaruv tarkibni shakllantirish.

5- mavzu. Korporatsiyalarning faoliyat ko'rsatish mexanizmi va ularning xususiyatlari

Korporatsiyalarning faoliyat ko'rsatish mexanizmi va ularning xususiyatlari. Korporatsiyalarning integratsion rivojlanish strategiyalari. Boshqaruv strukturasi bir holatdan boshqasiga o'tishi. Qo'shilish (qo'shib olish). Birlashish. Tugatish. O'zgartirish. Taqsimlash. Ajratish. Korporatsiyalarning integratsiya turlari va tiplari. Korporativ tuzilmalar tuzishning tashkiliy turlari. Xolding, MSG, Konsern, Konglomerat, Konsorsium, Sindikat, Kartel, Trest, Assotsiatsiya.

6- mavzu. Davlatning korporativ sektorda qatnashishi

Davlatning korporativ sektorda qatnashishi. Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning maqsad va tamoyillari. Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning asosiy tamoyillari. Davlat korxonalarini va davlat ishtirokidagi sport tashkilotlarni boshqarish bo'yicha jahon amaliyotida eng keng tarqalgan modellar. Boshqaruv kompaniyasining asosiy maqsadi. Davlat vakilining aksiyadorlarning umumiy yig'ilishida ishtirok etish huquqi.

Amerika modeli, oltin aksiya, davlat ulushi, depozitariy, nominal qiymat, xolding, monopoliya, professionalizm, oltin aksiya, davlat aksiya paketi.

7 –mavzu. O‘zbekiston Respublikasida korporativ boshqaruvning institutsional asoslari

Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvning institutsional asoslari. Korporativ boshqaruvning mexanizmlari. Korporativ me‘yoriy hujjatlarni tartibga solish. Aksiyadorlar huquqining asosiy elementlari. Korporativ huquq tushunchasi. Korporativ huquqning belgilari. Korporativ me‘yoriy xujjatlarga qo‘yiladigan talablar. Korporativ boshqaruv kodeksi. Korporativ boshqaruvning global standartlari. Korporativ boshqaruv dasturini amalga oshirish bo‘yicha takliflar tizimi. Korporativ boshqaruvning andozalari.

2-modul. Sportda korporativ boshqaruv organlari

8-mavzu. Sportda korporativ boshqaruv organlari

Aksiyadorlarning umumiy yig‘ilishi. Kuzatuv kengashi (Direktorlar kengashi); Ijroiya organi. Aksiyadorlar va manfaatdor shaxslar. Direktorlar yig‘ilishi: tarkibi va tuzilmasi. Direktorlar yig‘ilishining vazifasi va majburiyatlari. Direktorlar qo‘mitasi. Mustaqil direktorning vazifasi va roli. Mustaqil direktorlar kodeksi. Ijro etuvchi organlarning shakllanishi va ish faoliyatining tugatilishi. Ijro etuvchi organlar majburiyatlari. Ijro etuvchi organlar va direktorlar yig‘ilishining o‘zaro bog‘liqligi. Korporativ kotib: majburiyatlari va javobgarligi. Korporativ xulq - atvor kodeksi. Korporativ huquq tushunchasi.

9-mavzu. Sport korporativ boshqaruvida axborot va kommunikatsiya

Axborot tushunchasi va uni oshkora qilish maqsadlari. Sport korporatsiyaning nazorat qiluvchi organlari: revizion komissiya, ichki auditor. Audit bo‘yicha qo‘mita, tashqi auditor. Axborot siyosati to‘g‘risidagi ichki yo‘riqnoma. Ichki va tashqi axborot. Moliyaviy axborotning ahamiyati. Yillik moliyaviy hisobot. Axborotni oshkora qilish tizimini takomillashtirish. Axborotni oshkora etishning xalqaro standartlari. Moliyaviy xisobotlardan axborotlar manbai sifatida tashqi foydalanuvchilarni guruhlashtirish.

10- mavzu. Mas‘uliyati cheklangan(aksiyadorlik) jamiyatni tuzish va faoliyatini boshqarish xususiyatlari

Mas‘uliyati cheklangan jamiyatlarining mohiyati va zarurligi. Mas‘uliyati cheklangan jamiyatni tuzishning o‘ziga xos xususiyatlari. MCHJ va qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyatning (QMJ) tuzilish va faoliyat ko‘rsatish huquqiy asoslari. Jamiyat ustav fondi ishtirokchilari. Jamiyatning oliy boshqaruv organi ishtirokchilar umumiy yig‘ilishi. „Mas‘uliyati cheklangan va qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyatlar to‘g‘risida“gi qonunning mazmuni. Jamiyat ta‘sischilari huquqlari va majburiyatlari. Aksiyadorlik jamiyatni boshqaruv organlari. Jamiyatning joriy faoliyatiga rahbarlik kim tomonidan amalga oshiriladi.

11-mavzu. Sport korporativ boshqaruvni moliyalashtirish

Sport hissadorlik jamiyatlarida kapitallar tarkibini boshqarishning maqsadi va vazifalari. hissadorlik kapitali, qo'shimcha kapital, zaxira kapitali, korxonaning to'plangan foydasi. Moliyaviy boshqarishda kapitallar tarkibini boshqarish va qiymatini baholashning ahamiyati. Hissadorlik kapitalining qiymati. Gordonning klassik formulasi. Imtiyozli kapital uchun xos bo'lgan jihatlari. «Hissadorlik jamiyatlari to'g'risida»gi qonunning mazmuni.

12-mavzu. Korporativ madaniyat va korporativ nizolar

Korporativ nizo tushunchasi, nizolari, sabablari va qatnashchilari. amaldagi qonunchilik me'yorlari, jamiyat nizomi yoki ichki hujjatlari, aksiyadorlar yoki ularning guruhlarini huquqlarining buzilishi; jamiyat va uning boshqaruv organlariga qabul qilingan qarorlar bo'yicha da'volar; amaldagi boshqaruv organlari vakolatlarini muddatidan oldin to'xtatish; aksiyadorlar tarkibida jiddiy o'zgarishlar. Hamkorlikda bo'lmagan qo'shilishlardan himoya qilish usullari. Korporativ nizolarni tartibga solish. Korporativ nizolarning vujudga kelish sabablari. Korporativ nizolar sabablari va qatnashchilari. Korporatsiya tomonidan aksiyadorlar huquqlarining buzilishiga olib keladigan asosiy sabalar.

13-mavzu. Korporativ boshqaruv organlarining restrukturizatsiyalash va inqirozni boshqarish jarayonidagi faoliyati

Sport tashkilotlari(muassasalari)ni restrukturizatsiyalashning mohiyati. O'zbekistonda korxonalarni restrukturizatsiyalash jarayonlarining o'ziga xos xususiyatlari va huquqiy asoslari. Respublikamizdagi korxona va tashkilotlarning kuchli va zaif tomonlari. Xorijiy davlatlardagi restrukturizatsiyalash jarayonlarini amalga oshirish tajribasining tahlili. Strategiyaning muqobil variantlari. Korxona faoliyati samaradorligining ko'rsatkichlari. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008 yil 18-noyabrdagi PF-4053 sonli "Iqtisodiyot real sektori korxonalarining moliyaviy barqarorligini yanada oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni mazmuni. O'zbekistonda restrukturizatsiya jarayoni. Tavakkalchilik qarorlarini qabul qilishning asosiy tamoyillari.

14-mavzu. Sportda korporativ boshqaruv samaradorligini baholash. Korporativ boshqaruv tizimida nazorat organlari faoliyati.

Sportda korporativ boshqaruv andozalarini joriy qilishning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligi. Korporativ boshqaruv samaradorligi mezonlari. Strategik qarorlar qabul qilishni takomillashtirish. Moliyaviy resurslar jalb qilish. Kompaniyaning davlat organlari bilan aloqalarini yaxshilash. Menejerlarning

aksiyadorlar bilan aloqalarini yaxshilash. Korporativ nizolarning oldini olish. Korporativ boshqaruvda monitoring tizimi.

Mazkur fanni o'qitish jarayonida ta'limning zamonaviy usullari, pedagogik va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari qo'llanilishi nazarda tutilgan. Jumladan:

- fanning bo'limlariga tegishli ma'ruza darslarida zamonaviy kompyuter texnologiyalari yordamida prezentatsion va elektron-didaktik texnologiyalaridan;
- jarayonga amal qilish qonuniyatlari mavzularda o'tkaziladigan amaliy mashg'ulotlarda aqliy hujum, guruhli fikrlash pedagogik texnologiyalaridan;
- mashg'ulotlarda kichik guruhlar musobaqalari, guruhli fikrlash pedagogik texnologiyalarini qo'llash nazarda tutiladi.

IV. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

Amaliy mashg'ulotlarini tashkil etish bo'yicha kafedra professor-o'qituvchilari tomonidan ko'rsatma va tavsiyalar ishlab chiqiladi. Unda talabalar asosiy ma'ruza mavzulari bo'yicha olgan bilim va ko'nikmalarini amaliy masalalar, keyslar orqali yanada boyitadilar. Shuningdek, darslik va o'quv qo'llanmalar asosida talabalar bilimlarini mustahkamlashga erishish, tarqatma materiallardan foydalanish, ilmiy maqolalar va tezislarni chop etish orqali talabalar bilimini oshirish, masalalar echish, mavzular bo'yicha taqdimotlar va ko'rgazmali qurollar tayyorlash, qonun va me'yoriy hujjatlardan foydalana bilish va boshqalar tavsiya etiladi.

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. Sportda korporativ boshqaruv fanining predmeti, maqsad va vazifalari.
2. Korporativ boshqaruvning rivojlanish tarixi.
3. Korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari va modellari.
4. Korporativ strategiya va ijtimoiy ma'suliyat.
5. Korporatsiyalarning faoliyat ko'rsatish mexanizmi va ularning xususiyatlari.
6. Davlatning korporativ sektorda qatnashishi.
7. O'zbekiston Respublikasida korporativ boshqaruvning institutsional asoslari
8. Sportda korporativ boshqaruv organlari.
9. Sport korporativ boshqaruvida axborot va kommunikatsiya.
10. Mas'uliyati cheklangan(aksiyadorlik) jamiyatni tuzish va faoliyatini boshqarish xususiyatlari.
11. Sport korporativ boshqaruvni moliyalashtirish.
12. Korporativ madaniyat va korporativ nizolar.
13. Korporativ boshqaruv organlarining restrukturizatsiyalash va inqirozni boshqarish jarayonidagi faoliyati.
14. Sportda korporativ boshqaruv samaradorligini baholash. Korporativ boshqaruv tizimida nazorat organlari faoliyati.

V. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. "Sportda korporativ boshqaruv" tizimi, tamoyillari va unga ta'sir etuvchi omillari.
2. Sportda korporativ boshqaruvning zamonaviy rivojlanish nazariyasi.
3. Korporativ boshqaruv modellarining mamlakatlardagi xususiyatlari.
4. Sport korporatsiya strategiyasini ishlab chiqish jarayoni: korporativ rahbariyat, ijtimoiy mas'uliyat.
5. Korporatsiyalarning faoliyat ko'rsatish mexanizmi va ularning xususiyatlari.
6. Davlat korxonalarini va davlat ishtirokidagi sport tashkilotlarni boshqarish bo'yicha jahon amaliyotida eng keng tarqalgan modellar.
7. Korporativ boshqaruv dasturini amalga oshirish bo'yicha takliflar tizimi.
8. Ijro etuvchi organlarning shakllanishi va ish faoliyatining tugatilishi.
9. Sportda axborotni oshkora qilish tizimini takomillashtirish.
10. Aksiyadorlik jamiyatni boshqaruv organlari.
11. Moliyaviy boshqarishda kapitallar tarkibini boshqarish va qiymatini baholashning ahamiyati.
12. Korporativ nizo tushunchasi, nizolari, sabablari va qatnashchilari
13. Sport tashkilotlarining faoliyati samaradorligining ko'rsatkichlari.
14. Sportda korporativ boshqaruvda monitoring tizimi.

VI. Asosiy va qo'shimcha o'quv adabiyotlar hamda axborot manbalari.

Asosiy adabiyotlar:

1. Ermirzayev Sh. Zamonaviy korporativ boshqaruv: Darslik /– T.: "Iqtisod-moliya", 2019.
2. Zaynutdinov Sh.N. Korporativ boshqaruv asoslari. O'quv qo'llanma. -T.: O'zbekiston, 2008. – 260 b.
3. Xodiyev B.Yu., Berkinov B.B. "Korporativ boshqaruv va raqobatni rivojlantirish" O'quv qo'llanma. -T.: 2011 y.
4. Xodiyev B.Yu., Karlibayeva R.X., Akramova N.I. Korporativ boshqaruv. O'quv qo'llanma. – TDIU, 2010. – 280 bet.
5. Steen Thomsen & Martin Conyon – Corporate Governance, mechanisms and systems. McGraw-Hill Higher Education UK, 2012 – 367pp.
6. Bob Tricker – Corporate Governance, Principles, Policies and Practices, 3rd edition, Oxford online resources center, 2012 – 904pp.
7. Кузнецов С.В., Растова Ю.И., и Тютиков Ю.Р. – Корпоративное управление (учебное пособие для бакалавров)–Издание СПбГЕУ, 2013–260 с.

Qo‘shimcha adabiyotlar:

8. “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni.

9. Шихвердиев А.П. – Корпоративное управление: учебное пособие – Издательство СГУ, 2015 – 241с.

10. Проект IFC по корпоративному управлению в Центральной Азии – Курс корпоративного управления– Алматы. 2009. – 193с.

11. Самосудов М.В. – Теория корпоративного взаимодействия: учебное пособие по курсу “корпоративное управление” - Москва 2006. – 340с.

Internet saytlar:

12. www.norma.uz - O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari portali

13. www.lex.uz - O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.

14. www.gov.uz - O‘zbekiston Respublikasi xukumat portali.

15. www.ziynet.uz - O‘zbekiston Respublikasi Ta’lim portali.

16. www.stat.uz. -O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi.

ISHCHI FAN DASTURI

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM
VAZIRLIGI**

**O'ZBEKISTON DAVLAT JISMONIY TARBIYA VA SPORT
UNIVERSITETI**



**SPORTDA KORPORATIV BOSHQARUV fanining
ISHCHI FAN DASTURI**

(II bosqich)

Bilim sohasi: 200000 – Ijtimoiy soha, iqtisodiyot va huquq

Ta'lim sohasi: 230000 – Iqtisodiyot

Ta'lim yo'nalishi: 5230400 – Marketing (sport)

Umumiy o'quv soat – 178 soat

shu jumladan:

Ma'ruza – 48 soat (4 semestr)

Seminar mashg'ulotlari – 48 soat (4 semestr)

Mustaqil ta'lim soati – 82 soat (4 semestr)

Chirchiq – 2020

Fanning ishchi fan dasturi O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi 202__ yil "___" ___dagi ___ - sonli buyrug'i bilan (buyruqning ___-ilovasi) tasdiqlangan "Sportda korporativ boshqaruv" fan dasturi asosida tayyorlangan.

Tuzuvchilar:

- Ziyadullayev K.SH. - O'zDJTSU, "Sport menejmenti va iqtisodiyot" kafedrası mudiri, i.f.n., dotsenti.
Tillyaxodjayev A.A. - O'zDJTSU, "Sport menejmenti va iqtisodiyot" kafedrası PhD., dotsenti.

Taqrizchilar:

- Yusupov M. - TDIU, "Marketing" kafedrası i.f.n., dotsenti.
Axmedov I.A. - O'zDJTSU, "Sport menejmenti va iqtisodiyot" kafedrası i.f.n., dotsenti.

Fanning ishchi fan dasturi "Sport menejmenti va iqtisodiyot" kafedrasining 202__ yil "___" ___-sonli yig'ilishida muhokamadan o'tgan va fakultet Kengashida muhokama qilish uchun tavsiya qilindi

Kafedra mudiri



dotsent Ziyadullayev K.

Fanning ishchi fan dasturi "Sportni boshqarish va kasbiy fanlar" fakulteti Kengashida muhokama qilingan va universitet o'quv-uslubiy Kengashiga tasdiqlash uchun tavsiya etilgan (202__ yil "___" ___dagi "___" -sonli bayonnoma).

Fakultet Kengashi raisi



dotsent Arziqulov D.

Kelishildi:

O'quv-uslubiy bo'lim boshlig'i



dotsent Raxmanov E.

1. O‘quv fanini o‘qitish bo‘yicha uslubiy ko‘rsatmalar

“Sportda korporativ boshqaruv” fani jismoniy tarbiya va sport sohasida korporativ boshqaruv bo‘yicha bilimlarni umumlashtirish va taqdim etish, talabalarda iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish masalalari bo‘yicha nazariy bilim, ko‘nikma va vakolatlarni shakllantirish, korporativ aloqalar va hamkorlikni mustahkamlash bizning ochiq iqtisodiyotimiz yo‘lida izchil rivojlanishda muhim omil bo‘lmoqda.

Talabalar sportda korporativ boshqaruv tizimi va asosiy nazariyalari, korporativ boshqaruv tamoyillari, korporativ nizolarni hal qilish va ularning huquqiy ko‘nikmalarini rivojlantirish bilan tanishadilar. Sportda korporativ boshqaruvning asosiy maqsadi talabalarga korporativ boshqaruv tizimini va tuzilmasini tushunish, korporativ madaniyatni kompilyatsiya qilishda amalga oshirishdir.

Kursning asosiy vazifalari:

- talabalarni “Sportda korporativ boshqaruv” fanining mohiyati, shuningdek aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvning o‘ziga xos xususiyatlari, korporativ tuzilmalar faoliyatini tahlil qilish usullari va vositalari, turli ilmiy va nazariy yondashuvlar bilan tanishtirish.

- iqtisodiy boshqaruv modellaridan foydalangan holda istiqbollarni tahlil qilish va amalga oshirish usullari sportdagi korporativ boshqaruv fanini rivojlantirishda muhim omillardir.

- mantiqiy vaziyatlar va iqtisodiy modellar orqali turli vaziyatlarni tahlil qilish va prognoz qilish, shuningdek, aksiyadorlik jamiyatining strategiyasini tanlash va qaror qabul qilish uchun turli vaziyatlarni tahlil qilish.

- boshqaruvda o‘z mustaqilligini ta‘minlash orqali korxonalarning iqtisodiy va moliyaviy ko‘rsatkichlarini qanday yaxshilash haqida fikr yuritish;

- milliy moliya bozorining turli segmentlarini (kapital, qimmatli qog‘ozlar, ko‘chmas mulk bozori) rivojlantirish xususiyatlarini bilish va ulardan foydalanish va korxonalarning kapitalida davlat ishtirokini kengaytirish;

- ichki bozorni turli xil mahsulotlar bilan to‘ldirish va mahalliy korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish maqsadida raqobatbardosh bozor muhitini yaratish qobiliyatiga ega bo‘lish.

- korporativ boshqaruv tashkiliy tizimining o‘ziga xos xususiyatlarini, kompaniyalarni samarali tashkil etish va mulk huquqlarini himoya qilishda korporativ boshqaruvning rolini, korxonalarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy va portfel investitsiyalarini jalb qilishni, aksiyadorlarning huquq va manfaatlarini himoya qilishni, aksiyadorlik jamiyatlarining investitsion jozibadorligini oshirishni, aksiya bahosining o‘sishi hisobiga uzoq muddatli iqtisodiy qiymatni to‘plashni, kompaniyani rivojlantirish strategiyasini belgilashni va uning amalga oshirilishini nazorat qilishni, aksiyadorlik jamiyatlarining biznes-rejalarini tuzish va tasdiqlashdan iboratdir.

2. Ma'ruza mashg'ulotlari

1-Jadval

№	Ma'ruza mashg'uloti mavzulari	Soat
4-Semestr		
1	“Sportda korporativ boshqaruv” fanining mavzusi, maqsadi va vazifalari	2
2	Korporativ boshqaruvni rivojlantirish tarixi	4
3	Xalqaro korporativ boshqaruv: printsiplar va modellar	4
4	Korporativ strategiya va ijtimoiy mas'uliyat	2
5	Korporatsiyalarning ish mexanizmi va ularning xususiyatlari	2
6	Korporativ sektorda davlat ishtiroki	2
7	O'zbekiston Respublikasida korporativ boshqaruvning institutsional asoslari	2
8	Sportda korporativ boshqaruv organlari	2
9	Sportdagi korporativ boshqaruvda axborot va kommunikatsiya	4
10	Mas'uliyati cheklangan jamiyatni shakllantirish va boshqarish xususiyatlari	4
11	Sportda korporativ boshqaruvning moliyaviy jihatlari	2
12	Korporativ madaniyat (axloq) va korporativ nizolar	2
13	Qayta qurish va inqirozga qarshi boshqaruv jarayonida korporativ boshqaruvning roli	4
14	Sportda korporativ boshqaruv samaradorligini baholash	4
15	Nazorat qiluvchi organlarning korporativ boshqaruv tizimidagi faoliyati (audit)	4
16	Korporativ boshqaruv muammolari va istiqbollari	4
UMUMIY:		48

Ma'ruza mashg'ulotlari akademik guruh oqimlarida multimediya jihozlari bilan jihozlangan auditoriyalarda o'tkaziladi.

3. Seminar mashg'ulotlari

2-Jadval

№	Seminar mashg'uloti mavzulari	Soat
4-Semestr		
1	“Sportda korporativ boshqaruv” fanining mavzusi, maqsadi va vazifalari	2
2	Korporativ boshqaruvni rivojlantirish tarixi	4
3	Xalqaro korporativ boshqaruv: printsiplar va modellar	4

4	Korporativ strategiya va ijtimoiy mas'uliyat	2
5	Korporatsiyalarning ish mexanizmi va ularning xususiyatlari	2
6	Korporativ sektorda davlat ishtiroki	2
7	O'zbekiston Respublikasida korporativ boshqaruvning institutsional asoslari	2
8	Sportda korporativ boshqaruv organlari	2
9	Sportdagi korporativ boshqaruvda axborot va kommunikatsiya	4
10	Mas'uliyati cheklangan jamiyatni shakllantirish va boshqarish xususiyatlari	4
11	Sportda korporativ boshqaruvning moliyaviy jihatlari	2
12	Korporativ madaniyat (axloq) va korporativ nizolar	2
13	Qayta qurish va inqirozga qarshi boshqaruv jarayonida korporativ boshqaruvning roli	4
14	Sportda korporativ boshqaruv samaradorligini baholash	4
15	Nazorat qiluvchi organlarning korporativ boshqaruv tizimidagi faoliyati (audit)	4
16	Korporativ boshqaruv muammolari va istiqbollari	4
UMUMIY:		48

Seminar mashg'ulotlari har bir akademik guruhda multimedia materiallari bilan jihozlangan auditoriyalarda alohida o'tkaziladi. Sinflar faol va interaktiv usullar yordamida amalga oshiriladi, "Kays-stady" texnologiyasidan foydalaniladi, bu erda ishning mohiyati va ahamiyati o'qituvchi tomonidan belgilanadi. Ko'rgazmali materiallar va ma'lumotlar multimediali aksessuarlar yordamida uzatiladi.

4. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

3-Jadval

№	Mustaqil ta'lim mavzulari	Soat
4-semestr		
1	Sportda korporativ boshqaruv tizimi, tamoyillari va omillari.	2
2	Korporativ boshqaruv nazariyalarining evolyutsiyasi.	2
3	Sportda korporativ boshqaruvning zamonaviy rivojlanish nazariyasi.	2
4	Mamlakatlarda korporativ boshqaruv modellarining xususiyatlari.	2
5	Zamonaviy amaliyot va korporativ boshqaruv modellari.	2
6	Sport korporatsiyasi uchun strategiyani ishlab chiqish jarayoni: korporativ etakchilik, ijtimoiy mas'uliyat.	4

7	Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida korporatsiyalarning o'ziga xosligi va ishlash mexanizmi.	2
8	Korporatsiyalarning ishlash mexanizmi va ularning xususiyatlari.	4
9	O'zbekiston Respublikasida korporativ boshqaruvning institutsional asoslari.	2
10	Korporativ risk tushunchasi.	2
11	Jahon amaliyotida eng keng tarqalgan davlat korxonalari va davlat sport tashkilotlarini boshqarish modellari.	4
12	Korporativ boshqaruv dasturini amalga oshirish bo'yicha takliflar tizimi.	2
13	Ijro etuvchi organlarni shakllantirish va tugatish.	2
14	Sportda axborotni oshkor qilish tizimini takomillashtirish.	4
15	Korporatsiya moliyaviy ma'lumotlarini foydalanuvchilar va axborotni tayyorlashning asosiy talablari.	2
16	Aksiyadorlik jamiyatining boshqaruv organlari.	2
17	Jamiyatning ustav fondi.	2
18	Aksiyadorlik jamiyatining korporativ boshqaruvining institutsional asoslari.	2
19	Moliyaviy boshqaruvda kapital tuzilmasini boshqarish va baholashning ahamiyati.	2
20	Global moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoitida korporativ boshqaruvning moliyaviy jihatlari.	4
21	Korporativ mojaro tushunchasi, nizolar, sabablar va ishtirokchilar.	2
22	Korporativ nizolarni tartibga solish.	2
23	O'zbekistonda korxonalarni qayta qurish jarayonining o'ziga xos xususiyatlari va huquqiy asoslari.	2
24	Rivojlangan mamlakatlarda qayta qurish jarayonini o'tkazish tajribasini tahlil qilish.	4
25	Korporativ boshqaruvning milliy modelini shakllantirish.	2
26	O'zbekistonda boshqaruvni tashkil etish muammolari va egosossershenovaniya yo'nalishi	2
27	Nazorat tizimi va ularning elementlari	2
28	Ichki audit va audit organlari	4
29	Sport tashkilotlarining ishlash ko'rsatkichlari.	4
30	Sportda korporativ boshqaruvni monitoring qilish tizimi.	4
31	Korporativ boshqaruv muammolari va istiqbollari	4
UMUMIY:		82

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlanadi va uni taqdimoti tashkil qilinadi.

5. Fan bo'yicha talabalar bilimini baholash va nazorat qilish mezonlari

Baholash usullari	Ekspress testlar, yozma ishlar, ogzaki so'rov, prezentatsiyalar.
Baholash mezonlari	5 baho «a'lo» – fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtira olish; – fanga oid ko'rsatkichlarni tahlil qilishda ijodiy fikrlay olish; – o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish; – mehnat munosabatlariga oid tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish; – o'rganilayotgan jarayonga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash va ularga to'la baho berish; – tahlil natijalari asosida vaziyatga to'g'ri va xolisona baho berish; – o'rganilayotgan hodisa va jarayon to'g'risida tasavvurga ega bo'lish; – o'rganilayotgan jarayonlarni analitik jadvallar orqali tahlil etish va tegishli qarorlar qabul qilish. 4 baho «yaxshi» – o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish; – tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish; – o'rganilayotgan iqtisodiy hodisa va jarayon to'g'risida tasavvurga ega bo'lish; – o'rganilayotgan jarayonga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash va ularga to'la baho berish; – o'rganilayotgan jarayonlarni jadvallar orqali tahlil etish va tegishli qarorlar qabul qilish. 3 baho «qoniqarli» - o'rganilayotgan jarayonga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash va ularga to'la baho berish; - o'rganilayotgan hodisa va jarayon to'g'risida tasavvurga ega bo'lish; - o'rganilayotgan jarayonlarni analitik jadvallar orqali tahlil etish. 2 baho «qoniqarsiz» - o'tilgan fanning nazariy va uslubiy asoslarini bilmaslik; - hodisa va jarayonlarni tahlil etish bo'yicha tasavvurga ega bo'lmaslik; - o'rganilayotgan jarayonlarga usullarni qo'llay olmaslik.

- Oraliq nazorat semestr davomida reyting nazoratlarini o'tkazish grafigiga asosan ishchi fan dasturining tegishli bo'limi (boblari) tugagandan keyin talabaning bilim va amaliy ko'nikmalarini baholash maqsadida o'quv mashg'ulotlari davomida o'tkaziladi.

- Yakuniy nazorat semestr yakunida tegishli fan bo'yicha talabaning nazariy bilim va amaliy ko'nikmalarini o'zlashtirish darajasini aniqlash maqsadida o'tkaziladi.

- Oraliq nazoratlarda "5" baholik tizim bo'yicha "3" va undan yuqori baho olgan talaba o'zlashtiruvchi deb hisoblanib yakuniy nazoratga ruxsat beriladi.

- Barcha nazoratlar bo'yicha ballar summasi talaba bilimining tegishli nazoratlari bo'yicha olgan ballarining o'rtacha arifmetik summasiga teng bo'ladi.

- Oraliq nazorat turini topshirmagan, shuningdek ushbu nazorat turi bo'yicha "2" (qoniqarsiz) baho bilan baholangan talaba yakuniy nazorat turiga kiritilmaydi.

Yakuniy nazorat turiga kirmagan yoki kiritilmagan, shuningdek ushbu nazorat turi bo'yicha "2" (qoniqarsiz) baho bilan baholangan talaba akademik qarzdor hisoblanadi.

- Talaba uzrli sabablarga ko'ra oraliq va yakuniy nazorat turiga kirmagan taqdirda ushbu talabaga tegishli nazorat turini qayta topshirishga fakultet dekanining farmoyishi asosida ruxsat beriladi.

- Baholash natijasidan norozi bo'lgan talabalar fakultet dekani tomonidan tashkil etiladigan Apellyatsiya komissiyasiga apellyatsiya berish huquqiga ega.

- Apellyatsiya komissiyasi tarkibiga talabani baholashda ishtirok etmagan tegishli fan professor-o'qituvchilari orasidan komissiya raisi va kamida to'rt nafar a'zo kiritiladi.

- Talaba baholash natijasidan norozi bo'lgan taqdirda, baholash natijasi e'lon qilingan vaqtdan boshlab 24 soat davomida appelyasiya berishi mumkin. Talaba tomonidan berilgan apellyatsiya komissiya tomonidan 2 kun ichida ko'rib chiqilishi lozim.

Oraliq nazorat bo'yicha baholash mezonlari.

№	Ko'rsatkichlar	Baho		
		Maks.	1-ON	2-ON
1	Test natijalari bo'yicha	5	0-5	0-5

Oraliq nazorat test shaklida o'tkazilganda ko'p variantlar ishlab chiqiladi. Bitta variantda 25 ta test savolidan iborat bo'lib, har bir variant test savolining javobi maksimal "0,2" ball bilan baholanadi. Talaba 0-2.4 ball yiqqan, ya'ni 12 tagacha to'g'ri javob topgan taqdirda oraliq nazoratdan o'tmagan hisoblanadi va yana qayta topshirishi mumkin.

№	"2" baho	"3" baho	"4" baho	"5" baho
1-ON	0-12 0-2.4 ball	13-17 2.6-3.4 ball	18-22 3.6-4.4 ball	23-25 4.6-5.0 ball
2-ON	0-12 0-2.4 ball	13-17 2.6-3.4 ball	18-22 3.6-4.4 ball	23-25 4.6-5.0 ball

Yakuniy nazorat bo'yicha baholash mezonlari.

Yakuniy nazorat "Test" shaklida variantlar asosida o'tkaziladi.

№	Ko'rsatkichlar	YaN bahosi	
		maks	O'zgarish oralig'i
1	Fan bo'yicha yakuniy test nazorati	5	0-5

Yakuniy nazorat "Test" shaklida amalga oshiriladi, sinov ko'p variantli usulda o'tkaziladi. Har bir variant 25 ta test savolidan iborat bo'lib, test savollari fan bo'yicha tayanch so'z va iboralar asosida, o'tilgan mavzulardan tuzilib, fanning barcha mavzularini o'z ichiga qamrab oladi.

Har bir test variant savolining javobi maksimal "0,2" ball bilan baholanadi. Talaba 0-2.4 ball yiqqan, ya'ni 12 tagacha to'g'ri javob topgan taqdirda yakuniy nazoratdan o'tmagan hisoblanadi va yana qayta topshirishi mumkin.

№	"2" baho	"3" baho	"4" baho	"5" baho
YN	0-12 0-2.4 ball	13-17 2.6-3.4 ball	18-22 3.6-4.4 ball	23-25 4.6-5.0 ball

6. O‘quv adabiyotlari bo‘yicha asosiy va qo‘shimcha axborot manbalari

Asosiy adabiyotlar

1. Elmirzayev S. Zamonaviy korporativ boshqaruv. Darslik–T.: “Iqtisod-moliya”, 2019.
2. Зайнутдинов Ш.Н. Основы корпоративного управления. - Т .: Узбекистан, 2008. - 260 с.
3. Ходиев Б.Ю., Беркинов Б.Б. Справочник по корпоративному управлению и конкурентоспособности. - Т .: 2011 г.
4. Ходиев Б.Ю., Карлибаева Р.Х., Акрамова Н.И. Корпоративное управление. Методическое пособие. - ТДИУ, 2010. - 280 с.
5. Стин Томсен и Мартин Коньон - Корпоративное управление, механизмы и системы. McGraw-Hill Higher Education UK, 2012 г. - 367 стр.
6. Боб Трикер - Корпоративное управление, принципы, политика и практика, 3-е издание, Оксфордский центр онлайн-ресурсов, 2012 г. - 904 стр.
7. Кузнецов С.В., Растова Ю.И., Итютиков Ю.П. - Корпоративный менеджмент (учебное пособие для бакалавров) - Издательство СПбГЭУ, 2013 г. - 260 с.

Qo‘shimcha adabiyotlar ro‘yhati

8. Шиксвердиев А.П. - Корпоративное управление: учебное пособие – Издательство СГУ, 2015 - 241с.
9. Проект IFC по корпоративному управлению в Центральной Азии - Курс корпоративного управления - Алматы. 2009. - 193 гг.
10. Самосудов М. В. - Теория корпоративного взаимодействия: учебник по курсу «Корпоративное управление» - М., 2006. - 340 с.

Internet sayti

11. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi xukumat portali.
12. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.
13. www.stat.uz - O‘zbekiston statistika qo‘mitasi.
14. www.ziynet.uz - Ta’lim portali.

MA'RUZA MATNLARI

1-mavzu: “Sportda korporativ boshqaruv” fanining mavzusi, maqsadi va vazifalari

Reja:

- 1. Korporativ boshqaruvning fanining predmeti va maqsadi.**
- 2. Korporativ boshqaruvning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati.**
- 3. Korporativ boshqaruvning asosiy yo‘nalishlari va xususiyatlari**

1. Korporativ boshqaruvning fanining predmeti va maqsadi.

O‘zbekiston Respublikasi mustaqillikni qo‘lga kiritgach, iqtisodiy o‘rishning yuqori sur‘atlarini hamda jamiyatning barqaror rivojlanishini ta‘minlay oladigan ko‘p ukladli iqtisodiyot va raqobat muhitini shakllantirishning huquqiy va tashkiliy asoslarini yaratish ustuvor vazifa etib belgilandi. O‘rsh iqtisodiyoti mamlakatlarini isloh qilish tajribasi shuni tasdiqlamoqdaki, ma‘muriy - rejali iqtisodiyotdan xo‘jalik yuritishning bozor modeliga uyg‘un o‘rshning muhim vositasi xususiylashtirish va aksionerlashtirish bo‘lib, bu haqiqiy mulkdorlar sinfining shakllanishiga va xususiylashtirilgan mulkni korporativ boshqarishning samarali usullarini joriy etishga ko‘maklashadi. O‘zbekistonning korxonalarida korporativ menejmentni shakllantirish uchun shart - sharoitlar 1997 - 1998 yillarda boshlandi va muayyan rasmiy-tashkiliy asoslar mustaqillikning ilk yillaridayoq sobiq davlat korxonalarining o‘zgartirilishi davomida yuzaga keldi.

Korporativ boshqaruvning kelib chiqishi va rivojlanishi bir nechta bosqichga bo‘lish mumkin:

1. XVII asrda Ost - Ind (East India Kompaniya) kompaniyasi 24 a‘zodan iborat bo‘lgan direktorlar kengashini tashkil qildi. Birinchi marta mulkchilik va boshqaruv vazifalari bo‘lib olindi;

2. 1776- yili Adam Smit o‘zining —Halqlarning boyligining sabablari va tabiatlari haqidagi tadqiqotlaril asarida takidlaydiki: —Tashlab qo‘yilgan mulklar boshqaruv uchun muammolarni keltirib chiqaradil, ya‘ni boshqaruv va menejerlarni nazorat qilish uchun salbiy mexanizm hisoblanadi;

3. 1844- yilda birinchi marta aksionerlik jamiyatlari haqida qonun qabul qilindi. Qonunchilikka mulkchilikning yangi javobgarligi shaklidagi majburiyatlari joriy etildi;

4. 1931- yilda A. Berli va G. Minzlar «Zamanoviy Korporatsiya va xususi mulkdor» nomli maqolasini nashrdan chiqardi (AQSH). Unda birinchi marta mulkchilik vazifalarini nazorat vazifalaridan to‘la to‘kis farqi ajratib berildi;

5. 1933-1934 yillarda AQSHda qimmatbaho qog‘ozlar haqida qonun qabul qilindi, 1933-yilda qabul qilingan ushbu qonun fond bozorini tartibga soldi. Ushbu bosqichda —Qimmatbaho qog‘ozlar va birjalar to‘g‘risidallgi (1934 y.) aktga asosan axborotlarning ochiq berilishi imkoni mavjud bo‘ldi va ushbu yili

qonunlarni bir tartibda nazorat qiladigan, qimmatbaho qog'ozlar bozorini va birjalar faoliyati bo'yicha komissiya tuzildi;

6. 1968- yilda Yevropa ittifoqi «Kompaniyalar to'g'risida» qonun qabul qildi;

7. 1990 - yillarning boshida – tadbirkorlik imperatsiyasi inqirozga uchradi. Buyuk Britaniyada kelishmovchiliklar yuzaga keldi: bir qator kompaniyalar (Polly Peck, BCCI, Maxwell), Aksiyadorlarni aldash bilan shug'ullanganliklari korporativ boshqaruvning amaliyotda investorlarni himoyalashni takomillashtirish kerakligini ko'rsatdi;

8. 1992- yil. Kedberi qo'mitasi birinchi marta korporativ boshqaruvning moliyaviy jihatlari bo'yicha kodeksni nashr etdi. (Buyuk Britaniya). 1993 yildan boshlab Buyuk Britaniya fond birjasidagi listingga kirgan kompaniyalar kodeks qanday bajarilayotganligi haqida hisobot bera boshladi;

9. 1992 – 2003 yillarda korporativ boshqaruv bo'yicha qator ma'ruzalar qabul qilindi, shundan asosiylari:

1) Angliyada Rutmanning moliyaviy hisobot va ichki nazorat haqidagi ma'ruzasi;

2) Korporatsiyalar ishtirokchilarining har tomonlama hisobi haqidagi Kinganing ma'ruzasi;

3) Angliyalik Grinberining yuqori mansab shaxslarini rag'batlantirish to'g'risidagi ma'ruzasi;

4) Angliyalik Xempelaning korporativ boshqaruv to'g'risidagi ma'ruzasi;

5) Fransiyalik Venoning korporativ boshqaruvning asosiy tamoyillari haqidagi ma'ruzasi;

6) Niderlandiyalik Pitsersning korporativ boshqaruvning umum qabul qilingan andozalariga rioya qilmaslik va javobgarlik haqidagi ma'ruzasi;

7) AQSHda Sarbeyns - Okslining moliyaviy ekspertlarning auditi bo'yicha qo'mita tarkibini aniqlash bo'yicha qonuni;

8) Angliyalik Xiggsning ish faoliyatini bajara olmayotgan direktorlar haqidagi ma'ruzasi.

O'zbekistonda ham mahalliy korporativ boshqaruvni shakllantirishning bir nechta bosqichlari mavjud:

- 1980 – 1985 - yilgacha mavjud bo'lgan administrativ - buyruqbozlik usullari ya'ni davlatning markazlashgan tarzda iqtisodiyotni boshqarishi makroiqtisodiy halotining rivojlanishiga to'siq bo'ldi.

- 1987 - 1991 yillari markazlashgan monopollashgan iqtisodiyot tugatildi va korporativ boshqaruvga asos solindi. Korxonalarni boshqarish ishchilarning qatnashuvi orqali mehnat jamoasining maslahati orqali amalga oshirish yo'lga qo'yildi. O'zbekistonda banklarning moliyaviy kapitallari va iqtisodiyotning sug'urta sektori rivojlanishiga yo'l ochildi.

- 1991 - 1994 yillarda – xususiylashtirish jarayoni boshlanib, birlamchi mulkni taqsimlash amalga oshirildi. Birinchi hissadorlik jamiyatlari shakllandi, lekin hissadorlarning huquqlari aniq ko‘rsatib berilmadi.

- 1994 - 1998 yillardagi korxonalarni xususiylashtirish davri. Hissadorlik jamiyatlari to‘g‘risida qonun, qimmatli qog‘ozlar to‘g‘risidagi, Fuqoralik kodeksi, xususiylashtirish to‘g‘risidagi qonunlar qabul qilindi. Bozor infratuzilmasi shakllandi, birlamchi investitsion fondlar, depozitarilar, registratorlar, auditorlik, konsalting firmalari shakllanishi bilan bir qatorda yirik xorijiy kompaniyalar, ularning filiallari, vakolatxonalari, qo‘shma korxonalar tashkil etila boshlandi.

- 1998 - 2001 yillar defolt, moliyaviy resurslarning etishmasligi, kapitalning O‘zbekistondan chiqib ketishi, korporativ qimmatli qog‘ozlar bozorining rivojlanmaganligi kabi holatlar yuzasidan kelajakdagi mulklarni va kapitallarning taqsimlanishi jarayoni asosida ko‘rib chiqila boo‘landi. Bularning barchasi hissadorlarning o‘z huquqini anglab etishi asosida amalga oshirildi. Aniq Korporatsiyalar misolida korporativ boshqaruv amalga oshirilib, ularning hammasi davlatning bazaviy hujjatlari asosida ya‘ni korporativ kodeks, hissadorlik to‘g‘risidagi, qimmatli qog‘ozlar to‘g‘risidagi qonunlar bo‘yicha, shuningdek, jahon amaliyotida sinalgan me‘yor va usullarining aprobatsiyasidan keyin keng qo‘llanila boshlandi.

2002 -yildan hozirgi vaqtgacha korporativ tartib to‘g‘risidagi kodeksi, korporativ boshqaruv bo‘yicha milliy kengash, ushbu kodekslarning yirik korporatsiya va kompaniyalar tomonidan joriy etilishi ta‘minlanmoqda. Korporativ kodeks aksiyadorlik jamiyatlarining ichki hujjatlarini yuritish tartiblarini belgilab berish bilan bir qatorda aksioner jamiyatlarida boshqarish organlarining ham vakalotlariga aniqlik kiritib beradi.

2. Korporativ boshqaruvning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati

Korporativ boshkaruv tizimini turli shakllardagi xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatida tashkil qilishning keng imkoniyatlari ularning afzalliklaridan foydalanishga asoslanib, korporativ tuzilmalarni yaratish variantlaridan foydalangan holda ular urtasidagi uzaro munosabatlarni modellashtirish uchun keng imkoniyatlar ochib beradi.

Ularning asosiylari sifatida quyidagilarni ajratib ko‘rsatamiz:

1. Aksiyalar chiqarish orqali pul mablag‘lari jalb qilish qobiliyati cheklanmagan sonli investorlarning mablag‘larini jamlash imkonini va bu investorlarga jamiyatni boshqarishda ishtirok etishda ma‘lum bir tanlov huquqini beradi.

2. Boshqariluvchanlik muammosini hal etilishi engillashadi. Tashiliy rasmiylashtirishning tugallanganligi, vakolatlar va javobgarliklarni aniqlashda reglamentga rioya qilish nazorat funksiyalarini aksiyadorlik jamiyati boshqaruv

organlari o'rtasida taqsimlash imkonini beradi, bu esa boshqaruv jarayonini professionallashtirish imkoniyatini anglatadi.

3. Aksiyadorlar tarkibiga kirish va chiqishning soddalashtirilgan tarkibi manfaatdor shaxslarning o'rnini almashtirish uchun keng imkoniyatlar va mos ravishda, investitsiya taklifi dinamikasi yuqori bo'lgan sharoitlarda yuqori moslashuvchanlikni ta'minlaydi.

4. Cheklangan javobgarlik tamoyili risklarni kamaytirishga imkon beradi. Cheklangan javobgarlik tamoyilining qo'llanilishi risklarni aksiyadorlar va boshqaruvchilar o'rtasida taqsimlash orqali yirik korporatsiyalar yaratish imkoniyatini vujudga keltiradi.

Korporativ boshqaruv bu – biznesning tashkiliy - huquqiy rasmiylashtirilishini, tashkiliy strukturalarning optimallashtirishini boshqarish, qabul qilingan maqsadlarga muvofiq kompaniyada ichki va tashqi firma munosabatlarini tashkil qilishdir. Korporativ boshqaruvni uning xususiyatlari boshqaruv obyekti sifatida korporatsiyaning o'ziga xosliklari bilan izohlanadigan alohida bir turga ajratib, aksiyadorlar manfaatlarining ustuvorligi hamda ularning korporatsiyani rivojlantirish va boshqarishdagi rolga asoslangan, aksiyadorlarning o'zaro aloqa qilishini ko'zda tutadigan (korporativ kommunikatsiyalar) mulkchilik huquqining amalga oshirilishini hisobga oladigan, butun korporatsiyani rivojlantirish strategiyasiga asoslangan va nihoyat, korporativ madaniyatni, ya'ni xulq - atvor tamoyillari, umumiy an'analar kompleksini vujudga keltiradigan boshqaruv sifatida tavsiflash mumkin.

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi quyidagi shakllarda tijorat tashkilotlarini tashkil qilish imkoniyatini nazarda tutadi:

- Aksiyadorlik jamiyati;
- mas'uliyati cheklangan jamiyat va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat;
- to'liq shirkat va kommandit shirkat;
- ishlab - chiqarish kooperativi;
- xususiy korxona;
- unitar korxona
- aksiyadorlik jamiyatlarining farqli jihatlari.

Aksiyadorlik jamiyati (korporatsiya) investorlar (aksiyadorlar) kapitalini birlashtirish yo'li bilan tashkil qilinadigan hamda o'z aksiyadorlari foydasi manfaati yo'lida tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiradigan tijorat tashkilotining tashkiliy - huquqiy shaklini bildiradi.

Jamiyatning ajralib turuvchi xususiyatlari – egalik qilish va boshqaruv funksiyalarining ajratilishi:

- o'z mulkini joriy boshqarishda shaxsan qatnashishdan ixtiyoriy voz kechgan mulkdorlar (aksiyadorlar);

- jamiyat mulkiga egalik qilmaydigan va begona mulkni boshqaradigan menejerlar;

- mulkdorlar (Aksiyadorlar) jamiyat mulkining emas, balki o'z hissasining (Aksiya, ulush) egasidir. Kompaniya mulkining egasi – huquqiy shaxs bo'lgan kompaniyaning o'zidir.

3. Korporativ boshqaruvning asosiy yo'nalishlari va xususiyatlari

Korporatsiya (lotincha corporatio – birlashish) – bu umumiy maqsadlarga erishish, birgalikda faoliyat ko'rsatish uchun birlashgan va huquqning mustaqil subyektini – huquqiy shaxsni tashkil qilgan jismoniy yoki huquqiy shaxslar birlashmasidir.

Korporatsiyalar - mulkchilikning hissadorlik shaklining zamonaviy ko'rinishlaridan biri hisoblanadi. Unda bir necha mulkdorlar manfaatlari birlashadi, yagona maqsad doirasida investorlar kapitallari birlashtiriladi.

Xo'jalik faoliyatini korporativ tashkil qilishning keng imkoniyatlari ularning afzalliklaridan foydalanishga asoslanib, korporatsiyalar yaratish variantlaridan foydalangan holda firmalararo munosabatlarni modellashtirish uchun keng imkoniyatlar ochib beradi. Ularning asosiylari sifatida quyidagilarni ajratib ko'rsatamiz:

1. Aksiyalar chiqarish orqali pul mablag'lari jalb qilish qobiliyati cheklanmagan sonli investorlarning mablag'larini jamlash imkonini va bu investorlarga jamiyatni boshqarishda ishtirok etishda ma'lum bir tanlov huquqini beradi.

2. Boshqariluvchanlik muammosini hal etilishi engillashadi. Tashiliy rasmiylashtirishning tugallanganligi, vakolatlar va javobgarliklarni aniqlashda reqlamentga rioya qilish nazorat funksiyalarini aksiyadorlik jamiyati boshqaruv organlari o'rtasida taqsimlash imkonini beradi, bu esa boshqaruv jarayonini professionallashtirish imkoniyatini anglatadi.

3. Aksiyadorlar tarkibiga kirish va chiqishning soddalashtirilgan tarkibi manfaatdor shaxslarning o'rnini almashtirish uchun keng imkoniyatlar va mos ravishda, investitsiya taklifi dinamikasi yuqori bo'lgan sharoitlarda yuqori moslashuvchanlikni ta'minlaydi.

4. Cheklangan javobgarlik tamoyili risklarni kamaytirishga imkon beradi. Cheklangan javobgarlik tamoyilining qo'llanilishi risklarni aksiyadorlar va boshqaruvchilar o'rtasida taqsimlash orqali yirik korporatsiyalar yaratish imkoniyatini vujudga keltiradi.

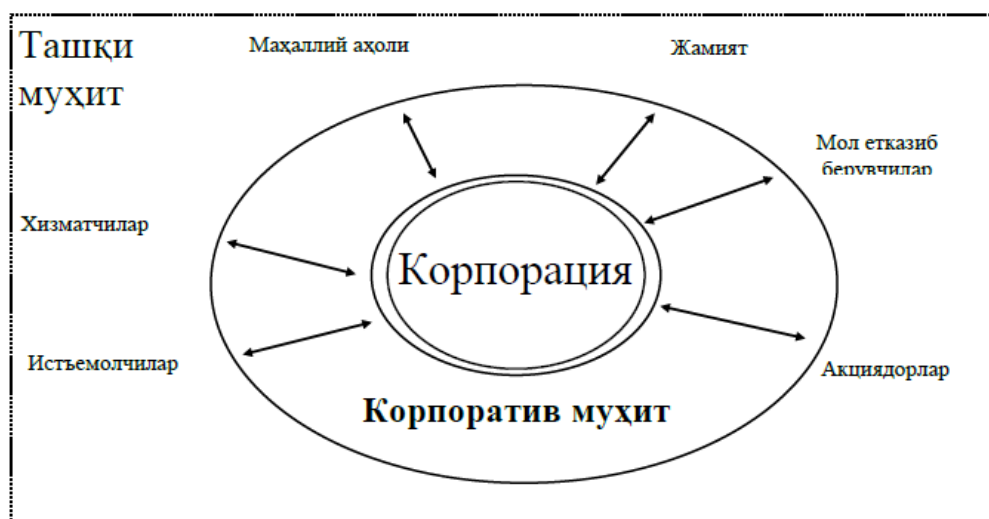
Korporativ boshqaruv bu – biznesning tashkiliy - huquqiy rasmiylashtirilishini, tashkiliy strukturalarning optimallashtirishini boshqarish, qabul qilingan maqsadlarga muvofiq kompaniyada ichki va tashqi firma munosabatlarini

tashkil qilishdir. Korporativ boshqaruvni uning xususiyatlari boshqaruv obyekti sifatida korporatsiyaning o'ziga xosliklari bilan izohlanadigan alohida bir turga ajratib, aksiyadorlar manfaatlarining ustuvorligi hamda ularning korporatsiyani rivojlantirish va boshqarishdagi roliga asoslangan, aksiyadorlarning o'zaro aloqa qilishini ko'zda tutadigan (korporativ kommunikatsiyalar) mulkchilik huquqining amalga oshirilishini hisobga oladigan, butun korporatsiyani rivojlantirish strategiyasiga asoslangan va nihoyat, korporativ madaniyatni, ya'ni xulq - atvor tamoyillari, umumiy an'analar kompleksini vujudga keltiradigan boshqaruv sifatida tavsiflash mumkin.

Korporatsiyalar 3 asosiy farqli jihatlariga ega bo'ladi:

1. Korporatsiyalar o'zlarining egalaridan yuridik jihatidan mustaqildir va soliqlarni to'laydi.
2. Korporatsiyalar mas'uliyati cheklangan, qaysiki, aksionerlar kompaniya qarzlari uchun javobgar bo'la olmaydi.
3. Har doim ham korporatsiya egalari menejer bo'la olmaydi, bu egalik qilishning boshqarish bilan cheklanishiga olib keladi.

Korporativ boshqaruv asosiy tip bo'lib ajralib turadi, boshqarish obyekti sifatida u o'z hususiyatlariga ega hisoblanib, boshqaruv aksiyadorlarning foydasini ko'zlagan holda amalga oshiriladi va korporatsiyalarning rivojlanishini ta'minlash, aksiyadorlarning huquqlarini hisobga olish, korporatsiya strategiyasiga asoslangan holda aksiyadorlarning o'zaro munosabatlarini rivojlantirishga qaratilgan bo'ladi (1-rasm).



1-rasm. Korporativ muhit

Bunday boshqaruv natijasida korporativ madaniyati vujudga keladi va tartib qoidalarning tamoyillari, urf-odatlar va ularni olib borish tartiblar kompleksi shakllanadi.

Korporativ muhitni shakllantirish jarayonida turli xil shakllardagi xujalik yurituvchi subyektlar va turli xil shaxslar jalb qilinadi.

Korporatsiya rahbariyati qarorlar qabul qilish jarayonida jamiyatni tashkil etuvchi turli xil xo'jalik yurituvchi subyektlarning manfaatlarini hisobga olishi lozim.

Aksiyadorlar korporatsiyalar bilan alohida iqtisodiy aloqalarni tashkil etadi: ular korporatsiyaning tashkil etilishining sababchilari bo'lib, - xatarli kapitalning yetkazib beruvchilari hisoblanadi, ularning kaptali orqali korporatsiyalarning rivojlanish va o'sishi kuzatiladi. Korporatsiyalarning barcha harakat va jarayonlarida aksionerlarning manfaati hisobga olinishi maqsadga muvofiqdir.

Xizmatchilar, korporatsiyalardan oddiy talablarni qondirishini so'raydi, ya'ni oddiy ish haqini to'lashdan boshlab, to'ish beruvchi va xizmatchilar bilan buladigan boshqa jihatlarini o'z ichiga qamrab oladi. Imkoniyatlarning tengligi, ish joyida sog'liqni ximoya qilish, moliyaviy bexatarlik, shaxsiy hayotga aralashmaslik, mustaqillik va o'ziga ta'luqli yashash sharoitini ta'minlashni talab qiladi.

Mahalliy aholi, ishlab chiqarish jarayonida korporatsiyalar ularga katta ta'sirini kursatadi. Aholi korporatsiyalardan mahaliy muammolarda ishtirok etish va ularning muammolarini echishda bevosita ishtirokini: ya'ni ta'lim, transportni tashkil etish, dam olish uchun sharoit qilish, sog'liqni saqlash tizimini, atrof muhitni ximoyalashni kutadi.

Jamiyat, korporatsiyalar ularga xalqaro va milliy darajada ta'sir kursatadi. Ularning faoliyati har xil shakllardagi korxona va tashkilotlarning, shuningdek, boshqarish tuzilmalarning va ommaviy axborot vositalarining e'tiborida buladi. Korporatsiyalardan milliy va xalqaro miqiyosidagi soliq va boshqa majburiy to'lovlarini to'lash kabi muammolarni echish amalga oshirishini kutadi. Korporatsiyalarning jamiyat oldidagi asosiy majburiyatlaridan biri o'z iqtisodiy hayotiyligini qulab quvvatlash va saqlab qolishdan iboratdir. Shu orqali ish joyilarini kupaytirish, ya'ni dunyodagi global muammolaridan biri ishsizlikning oldini olish va ishlab chiqarishda ekologik xavf xatardan ximoyalashi lozimdir.

Mol yetkazib beruvchilar, odatda ularning asosiy qismini kichik korxonalar, ya'ni korporatsiyalar bilan haqqoniy savdo aloqalarini, va o'z vaqtida to'lovlarni amalga oshirishni va ijobiy hamkorlikni amalga oshirishni avzal kuradi. Korporatsiyalarning va ularning mol yetkazib beruvchilari o'rtasidagi hamjihatlik iqtisodiy tizimning asosiy bo'g'ini hisoblanadi, chunki kichik korxonalarining hayotiyligi korporatsiyalarning ularga nisbatan jiddiy va haqqoniy aloqalariga bog'liq hisoblanadi.

2-mavzu: Korporativ boshqaruvni rivojlantirish tarixi

REJA:

1. Korporativ boshqaruvning kelib chiqish tarixi
2. Korporativ boshqaruv vujudga kelishining asosiy shart-sharoitlari va sabablari
3. Korporativ boshqaruvning nazariy manbalari

1. Korporativ boshqaruvning kelib chiqish tarixi

O‘zbekiston Respublikasi mustaqillikni qo‘lga kiritgach, iqtisodiy o‘rishning yuqori sur‘atlarini hamda jamiyatning barqaror rivojlanishini ta‘minlay oladigan ko‘p ukladli iqtisodiyot va raqobat muhitini shakllantirishning huquqiy va tashkiliy asoslarini yaratish ustuvor vazifa etib belgilandi. O‘rsh iqtisodiyoti mamlakatlarini isloh qilish tajribasi shuni tasdiqlamoqdaki, ma‘muriy - rejali iqtisodiyotdan xo‘jalik yuritishning bozor modeliga uyg‘un o‘rshning muhim vositasi xususiylashtirish va akstonerlashtirish bo‘lib, bu xaqiqiy mulkdorlar sinfining shakllanishiga va xususiylashtirilgan mulkni korporativ boshqarishning samarali usullarini joriy etishga ko‘maklashadi. O‘zbekistonning korxonalarida korporativ menejmentni shakllantirish uchun shart - sharoitlar 1997 - 1998 yillarda boshlandi va muayyan rasmiy -tashkiliy asoslar mustaqillikning ilk yillaridayoq sobiq davlat korxonalarining o‘zgartirilishi davomida yuzaga keldi.

Korporativ boshqaruvning kelib chiqishi va rivojlanishi bir nechta bosqichga bo‘lish mumkin:

1. XVII asrda Ost - Ind (East India Company) kompaniyasi 24 a‘zodan iborat bo‘lgan direktorlar kengashini tashkil qildi. Birinchi marta mulkchilik va boshqaruv vazifalari bo‘lib olindi;

2. 1776 yili Adam Smit o‘zining “Halqlarning boyligining sabablari va tabiatlari xaqidagi tadqiqotlari” asarida takidlaydiki: “Tashlab qo‘yilgan mulklar boshqaruv uchun muammolarni keltirib chiqaradi”, ya‘ni boshqaruv va menejerlarni nazorat qilish uchun salbiy mexanizm hisoblanadi;

3. 1844 yilda birinchi marta aktsionerlik jamiyatlari haqida qonun qabul qilindi. Qonunchilikka mulkchilikning yangi javobgarligi shaklidagi majburiyatlari joriy etildi;

4. 1931 yilda A. Berli va G. Minzlar «Zamanoviy korporatsiya va xususiyl mulkdor» nomli maqolasini nashrdan chiqardi (AQSh). Unda birinchi marta mulkchilik vazifalarini nazorat vazifalaridan to‘la to‘kis farqi ajratib berildi;

5. 1933-1934 yillarda AQShda qimmatbaho qog‘ozlar haqida qonun qabul qilindi, 1933yilda qabul qilingan ushbu qonun fond bozorini tartibga soldi. Ushbu bosqichda “Qimmatbaho qog‘ozlar va birjalar to‘g‘risida”gi (1934y) aktga asosan

axborotlarning ochiq berilishi imkoni mavjud bo'ldi va ushbu yili qonunlarni bir tartibda nazorat qiladigan, qimmatbaho qog'ozlar bozorini va birjalar faoliyati bo'yicha komissiya tuzildi;

6. 1968 yilda Evropa ittifoqi «Kompaniyalar to'g'risida» qonun qabul qildi;

7. 1990 - yillarning boshida – tadbirkorlik imperatsiyasi inqirozga uchradi. Buyuk Britaniyada kelishmovchiliklar yuzaga keldi: bir qator kompaniyalar (Polly Peck, BCCI, Maxwell), aksiyadorlarni aldash bilan shug'ullanganliklari korporativ boshqaruvning amaliyotda investorlarni himoyalashni takomillashtirish kerakligini ko'rsatdi;

8. 1992 yil. Kedberi qo'mitasi birinchi marta korporativ boshqaruvning moliyaviy jihatlari bo'yicha kodeksni nashr etdi. (Buyuk Britaniya). 1993 yildan boshlab Buyuk Britaniya fond birjasidagi listingga kirgan kompaniyalar kodeks qanday bajarilayotganligi haqida hisobot bera boshladi;

9. 1992 – 2003 yillarda korporativ boshqaruv bo'yicha qator ma'ruzalar qabul qilindi, shundan asosiylari:

1) Angliyada Rutmanning moliyaviy hisobot va ichki nazorat haqidagi ma'ruzasi;

2) Korporatsiyalar ishtirokchilarining har tomonlama hisobi haqidagi Kinganing ma'ruzasi;

3) Angliyalik Grinberining yuqori mansab shaxslarini rag'batlantirish to'g'risidagi ma'ruzasi;

4) Angliyalik Xempelaning korporativ boshqaruv to'g'risidagi ma'ruzasi;

5) Fransiyalik Venoning korporativ boshqaruvning asosiy tamoyillari haqidagi ma'ruzasi;

6) Niderlandiyalik Pitsersning korporativ boshqaruvning umum qabul qilingan andozalariga rioya qilmaslik va javobgarlik haqidagi ma'ruzasi;

7) AQShda Sarbeyns - Okslining moliyaviy ekspertlarning auditi bo'yicha qo'mita tarkibini aniqlash bo'yicha qonuni;

8) Angliyalik Xiggsning ish faoliyatini bajara olmayotgan direktorlar haqidagi ma'ruzasi.

O'zbekistonda ham mahalliy korporativ boshqaruvni shakllantirishning bir nechta bosqichlari mavjud:

1. 1980 – 1985 - yilgacha mavjud bo'lgan administrativ - buyruqbozlik usullari ya'ni davlatning markazlashgan tarzda iqtisodiyotni boshqarishi makroiqtisodiy halotining rivojlanishiga to'siq bo'ldi.

2. 1987 - 1991 yillari markazlashgan monopollashgan iqtisodiyot tugatildi va korporativ boshqaruvga asos solindi. Korxonalarni boshqarish ishchilarning qatnashuvi orqali mehnat jamoasining maslahati orqali amalga oshirish yo'lga

qo'yildi. O'zbekistonda banklarning moliyaviy kapitallari va iqtisodiyotning sug'urta sektori rivojlanishiga yo'l ochildi.

3. 1991 - 1994 yillarda – xususiylashtirish jarayoni boshlanib, birlamchi mulkni taqsimlash amalga oshirildi. Birinchi hissadorlik jamiyatlari shakllandi, lekin hissadorlarning huquqlari aniq ko'rsatib berilmadi.

4. 1994 - 1998 yillardagi korxonalarni xususiylashtirish davri. Hissadorlik jamiyatlari to'g'risida qonun, qimmatli qog'ozlar to'g'risidagi, Fuqoralik kodeksi, xususiylashtirish to'g'risidagi qonunlar qabul qilindi. Bozor infratuzilmasi shakllandi, birlamchi investition fondlar, depozitarilar, registratorlar, auditorlik, konsalting firmalari shakllanishi bilan bir qatorda yirik xorijiy kompaniyalar, ularning filiallari, vakolatxonalari, qo'shma korxonalar tashkil etila boshlandi.

5. 1998 - 2001 yillar defolt, moliyaviy resurslarning etishmasligi, kapitalning O'zbekistondan chiqib ketishi, korporativ qimmatli qog'ozlar bozorining rivojlanmaganligi kabi holatlar yuzasidan kelajakdagi mulklarni va kapitallarning taqsimlanishi jarayoni asosida ko'rib chiqila boo'landi. Bularning barchasi hissadorlarning o'z huquqini anglab etishi asosida amalga oshirildi. Aniq korporatsiyalar misolida korporativ boshqaruv amalga oshirilib, ularning hammasi davlatning bazaviy hujjatlari asosida ya'ni korporativ kodeks, hissadorlik to'g'risidagi, qimmatli qog'ozlar to'g'risidagi qonunlar bo'yicha, shuningdek, jahon amaliyotida sinalgan me'yor va usullarining aprobastiyasidan keyin keng qo'llanila boshlandi.

6. 2002 yildan hozirgi vaqtgacha korporativ tartib to'g'risidagi kodeksi, korporativ boshqaruv bo'yicha milliy kengash, ushbu kodekslarning yirik korporatsiya va kompaniyalar tomonidan joriy etilishi ta'minlanmoqda. Korporativ kodeks aksiyadorlik jamiyatlarining ichki hujjatlarini yuritish tartiblarini belgilab berish bilan bir qatorda aktsioner jamiyatlarida boshqarish organlarining ham vakalotlariga aniqlik kiritib beradi.

Bugungi kunda respublikamizda sanoat tarmoqlarida ishlab chiqarilayotgan mahsulot tannarxi 18 foizga, Olmaliq kon-metallurgiya kombinati, «O'zmetkombinat» aksiyadorlik ishlab chiqarish birlashmasi, «O'zeltexsanoat» uyushmasi, «O'zqurilishmateriallari» kompaniyasi singari va boshqa korxona va tarmoqlarda 20–25 foizga kamaydi.

O'zbekiston Respublikasi korxonalari faoliyatida korporativ boshqaruv usullarining institustional qaror topishi jarayoni quyidagi omillar bilan izoxlanadi: davlatning korxonalarni xususiylashtirish va ularning moliyaviy ahvolini mustahkamlashga qaratilgan choralari;

davlat korxonalarini aksiyadorlik jamiyatlarini tashkil qilish shaklida davlat tasarrufidan chiqarish jarayoni, emissiya ko'lamlarini kengaytirish va ularning aksiyalarini muomalaga chiqarish;

korxonalar aksiyadorlari huquqlarini davlat va uning vakolatli idoralari tomonidan himoya qilinishining mustahkam qonunchilik va institutsional bazasini yaratish.

2. Korporativ boshqaruv vujudga kelishining asosiy shart-sharoitlari va sabablari

Korporativ boshqaruv yirik biznes yuritish zarurati ob'ekti sifatida shakllangan. Tabiiyki, bundan oldin korporatsiyalar shakllanishining uzoq muddatli jarayoni ro'y bergan. Ma'lum bir bosqichda xalqaro hamjamiyat korporativ strukturalar joylashuvidan qat'iy nazar ularni boshqarish jarayonlarini soddalashtirish va bir xillashtirishga imkon beradigan umumiy me'yorlar va andozalar ishlab chiqishga majbur bo'ldi.

Korporatsiyalar shakllanishi umumjahon tendensiyalarini tahlil qilib, mutaxassislar uchta asosiy bosqichni ajratib ko'rsatadilar. Har bir bosqich jamiyatda o'sha paytda shakllangan korporatsiyalarga xos jihatlarni aks ettiradi.

XX asrning boshlarida sanoat inqilobi davomida paydo bo'lgan korporatsiyalar ularning egalari mulki sifatida qabul qilingan. Ular kiritilgan mablag'larga mos keluvchi qaytim (samara) ta'minlash maqsadi uchungina xizmat qiladi deb hisoblangan. Korporatsiya mashina sifatida ko'rib chiqilgan, xodimlar va boshqaruvchilar bu mashinaning qismlari hisoblangan. Bu davrda boshqaruvning mexanistik modeli hukmronlik qilgan. Ushbu davrga quyidagi sharoitlar xos bo'lgan:

- korporatsiya egasi xodimlar ustidan cheksiz hukmronlik qilgan va ularni xohlaganicha xo'jayinchilik qilgan;

- xodimlarning malaka darajasi juda past bo'lgan va takomillashuv uchun stimullar bo'lmagan;

- ma'lumot va so'rovlar darajasi past bo'lgan, chunki ishsizlik bilan bog'liq iqtisodiy muhtojliklar tahdidi muntazam bo'lgan.

Iqtisodiy rivojlanishning mazkur bosqichi korporativ boshqaruvning nazariy asoslari negizi hisoblangan quyidagi ishlarda o'z aksini topgan.

Firma nazariyasi. Xo'jalik sub'ekti ishlab chiqarish omillari to'plami sifatida ko'rib chiqiladi: $u = f(K, L)$. Klassik ma'noda, tashqi muhit va ichki tashkiliy strukturalari ifodalangan xo'jalik sub'ekti tushunchasi mavjud emas. Shu sababli tashqi ta'minotchilarsiz, huquqiy tartibga solishsiz, siyosiy muhit ta'sirisiz yopiq tashkilot tizimi ko'zda tutiladi. Xo'jalik sub'ektlarini moliyalashtirishning qoidasiga ko'ra, tashqi qarzlarni qamrab oladigan murakkab jarayonlari ham bekor qilingan.

Ikkinchi jahon urushidan keyingi davrda korporatsiyalar mexanistik konstepsiyasi barbod bo'ldi, bu davr korporatsiyani organizm sifatida qabul qilish

bilan tavsiflana boshladi. Firmalar sonining o'sishi raqobat va markazlashuv jarayonlariga sabab bo'ldi. O'sha davrdagi korporatsiyalar maqsadi ikkita muhim vazifa – kun ko'rish va o'sishdan iborat bo'ldi. Ishlab chiqarish va boshqaruvning sifat tavsifnomalar kuchayishi sababli foyda olish ikkinchi o'ringa tushib qoldi. Korporatsiya murakkab struktura va uning faoliyatidagi muvaffaqiyat yoki muvaffaqiyatsizlik uning ichki strukturasida yashiringan deb hisoblangan. Tashqi muhitning mavjudligi ko'zda tutilmagan, tabiiyki, uning ta'siri ham hisobga olinmagan. Mazkur bosqich quyidagi sharoitlar bilan tavsiflanadi:

- mehnatning texnik mazmunini murakkablashuvi xodimlar ma'lumoti darajasining sezilarli o'sishiga olib keldi;

- ish beruvchilarning xodimlarga bog'liqlik darajasi ortdi, xodimlarni boshqarish mexanizmlari takomillashdi.

Bu bosqichga korporativ boshqaruvning quyidagi nazariy asoslari mos keladi:

Transaksiya xarajatlari nazariyasi. Transaksiya xarajatlari bu – tashqi shartnomalarning bajarilishini ta'minlash xarajatlari. Transaksiya xarajatlari deb ishbilarmonlik operatsiyalarini bajarish, jumladan, ishbilarmonlik hamkorini izlab topish vaqtini baholash, muzokaralar o'tkazish, shartnomalar tuzish, ularning tegishli ijtiro etilishini ta'minlash xarajatlari aytiladi.

Transaksiya xarajatlari quyidagi hollarda ayniqsa yuqori bo'ladi:

- kamdan - kam uchraydigan tovar ishlab chiqarilsa;
- bozorda talab noaniq va narx harakatini oldindan aytib bo'lmasa;
- bozorda axborot asimmetriyasi mavjud bo'lsa.

Transaksiya xarajatlarini korxonalarni integratsiyalash yo'li bilan erishish mumkin.

3. Korporativ boshqaruvning nazariy manbalari

Korporativ boshqaruvning nazariy manbalari quyidagilar hisoblanadi:

- agentlik nazariyasi (Agency Theory);
- sheriklar nazariyasi (Stakeholder Theory);
- boshqaruv nazariyasi (Stewardship Theory);
- tashkiliy nazariya (Organization Theory).

Bu nazariyalarning har birini qisqacha tahlil qilib chiqamiz:

1) Agentlik nazariyasida korporativ munosabatlar mexanizmi agentlik xarajatlari vositalari orqali ko'rib chiqilib, direktorlar va aksiyadorlar o'tasidagi o'zaro munosabatlar shartnoma munosabatlari sifatida ifodalanadi. Ko'rib chiqiladigan vazifalar tipologiyasi quyidagilarga borib taqaladi:

- “manfiy tanlov” muammosi (ya'ni yaxshi menejerni qanday tanlash);
- “opportunistik xulq – atvor” muammosi (ya'ni qanday qilib menejerni mulk egasi manfaatlarida ishlashga majbur qilish).

2001 yil agentlik nazariyasi doirasida keng tarqalgan yana bir model taklif etildi. Bu – Tirolning modeli edi. Ushbu modelda menejerning harakatlari kuzatilmasligi mumkin deb taxmin qilinadi. Firmaning daromadlari menejerning harakatlariga bog‘liq bo‘lsada, biroq ehtimoliy o‘lchamga ega emas. Shunday qilib, firma faoliyati natijalari bo‘yicha menejerning sa’y - harakatlari darajasini aniqlash qiyin. Bu modelda ikki turdagi monitoringi ko‘rib chiqiladi. Faol monitoring shuni anglatadiki, investor ayrim xarajatlarni sarflagan holda, menejerning xususiy foydalarini pasaytirishi mumkin (Yensen-Mekling modeli kabi). Passiv monitoring oraliq bosqichda menejer faoliyati haqida aniqroq signal olishni anglatadi. Bunday signal manbasi sifatida investistiya tahlilchilari, banklar, reyting agentliklari ishtirok etishlari mumkin. Bunda mulk egasi va menejer o‘rtasida agentlik nizosini hal qilish usullari quyidagilar hisoblanadi:

- yirik mulk egalari, institustional investorlar va kreditorlar, direktorlar Kengashi tomonidan amalga oshiriladigan monitoring;

- korporativ nazorat bozori demak, dushmanlarcha bosib olish tahdidi;

- kompensastiya sxemalari va ko‘rinib turmaydigan stimullar.

2) Sheriklar nazariyasi korporatsiyani uning oddiy elementlari – aksiyadorlar, xodimlar, iste’molchilar, mahalliy hamjamiyat, soliq to‘lovchilar va boshqalarning oddiy yig‘indisiga teng bo‘lmagan katta tizim sifatida ifodalaydi. Ya’ni “mulk egasi – menejer” nizosini kengayishi ro‘y beradi va bu nazariyaning mohiyati kompaniya rahbariyatining barcha manfaatdor tomonlar nazorati ostida bo‘lishi shartligidan iborat. Bunda korporatsiya faoliyatidagi barcha sheriklar o‘zlarining maqsadlarini ko‘zlaydi:

- menejerlar – individual maqsadlar, masalan, mehnatga to‘lanadigan haqni maksimal qilish, ularning professional malakasi ko‘rsatkichi sifatida kompaniya aktivlarini oshirish, xodimlar shtatining o‘sishi va boshqalar;

- xodimlar individual maqsad sifatida mehnatga to‘lanadigan haqni maksimal qilishni ko‘zlaydi;

- iste’molchilar ayirboshlashdan olinadigan foydaning maksimal bo‘lishini maqsad qilib qo‘ygan;

- tijorat hamkorlari korporatsiya bilan shartnomalarni amalga oshirishdan operastion foydani maksimallashtirishga harakat qiladi;

- moliyaviy vositachilar va moliyaviy resurslar ta’minotchilari individual maqsadlar sifatida aylanmaning o‘sishi, kredit imkoniyatlari va boshqalar uchun korporatsiyaning moliyaviy vositalariga ega bo‘lish imkoniyatlarini olishni ko‘zlaydi;

- obligastiyalar egalari obligastiyalarga foiz to‘lovlari va obligastiyalar kurs qiymatining maksimal bo‘lishini maqsad qilib qo‘ygan;

■ davlat tartibga solish organlari korporatsiyadan olinadigan soliq yig'imlarini oshirishga intiladi;

■ mahalliy hamjamiyatlar korporatsiya resurslari yordamida, biznesning ijtimoiy javobgarlik dasturlaridan foydalanish yordamida ijtimoiy vazifalarni hal qilishga intiladi;

3) Boshqaruv nazariyasining mohiyati shundaki, yollanma menejmentli korporatsiya ustidan hokimlik aksiyadorlar tomonidan tayinlanadigan va ularga hisobot beradigan direktorlar vositasida amalga oshirilishi mumkin.

4) Korporativ munosabatlarni tashkil qilishning umumiy tamoyillaridan tashqari, har bir korporativ birlashmada korporatsiyaning tashkiliy tarkibi, xarid qilingan mulk xususiyati va boshqalar bilan asoslanadigan ma'lum bir o'ziga xosliklar vujudga kelishi mumkin. Korporativ birlashmalarning eng keng tarqalgan shakllarini ko'rib chiqamiz.

Assostiastiya. Birlashmaga a'zo bo'lib kirganlarning mustaqilligini saqlab qolgan holda birgalikda hamkorlik qilish maqsadida jismoniy va (yoki) yuridik shaxslarning ko'ngilli birlashuvi.

Konsorstium. Korporatsiyalar, banklar va boshqa tashkilotlarning umumiy kelishuv asosida kapital sig'imi katta bo'lgan loyihani amalga oshirish yoki birgalikda zayom joylashtirish uchun (buyurtmachilar oldida birgalikda javobgar bo'ladi) vaqtinchalik birlashuvi.

Konstern. Manfaatlar umumiyliigi, shartnomalar, kapital, qo'shma faoliyatda ishtirok etish bilan bog'liq korxonalar yirik birlashuvi (ko'pincha bunday guruh bu korporatsiyalar aksiyalariga egalik qiluvchi xolding atrofida birlashadi).

Sindikar. Bir xil mahsulot chiqaruvchi korxonalarning maxsulotni umumiy savdo tarmog'i orqali jamoaviy sotishni tashkil qilish maqsadida birlashuvi.

Moliya sanoat guruhlar (MSG). Belgilangan tartibda mos keluvchi idoralarda ro'yxatga olingan yuridik jihatdan mustaqil, moddiy resurslari va kapitallarini umumiy iqtisodiy maqsadga erishish uchun birlashtirgan korxonalar, moliyaviy va investisiya institutlari guruhi. MSGda markaziy (bosh) korporatsiya ixtisoslashgan tashkilot – "boshqaruvchi kompaniya" ham, guruhga kiruvchi ishlab chiqarish korxonasi yoki birlashma, bank, moliya yoki sug'urta kompaniyasi ham bo'lishi mumkin.

Xolding. Aksiyalar nazorat paketiga ega, ularning operatsiyalari ustidan nazoratni amalga oshirish maqsadida boshqa kompaniya va korxonalar faoliyatini boshqaradigan yoki nazorat qiladigan aksiyadorlik kompaniyasi. Xolding kompaniyasi o'zining ishlab chiqarish salohiyatiga ega bo'lmasligi va ishlab chiqarish faoliyati bilan shug'ullanmasligi mumkin.

3-mavzu: Xalqaro korporativ boshqaruv: printsiplar va modellar

Reja:

1. Korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari
2. Korporativ boshqaruvning modellari

Korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari

Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (IHTT) korporativ boshqaruv tamoyillari:

Birinchi tamoyil - aksiyadorlar uchun foydani maksimallashtirish. Kompaniya uning aksiyadorlari eng yuqori foyda olishi uchun ishlaydi. Bunda u aksiyadorlar (mulk egalari) yoki menejmentning biron guruhi emas, balki barcha aksiyadorlar manfaatlariga rioya qilishi lozim.

Ikkinchi tamoyil – moliyaviy axborotlarning ochiqqligi. Aksiyadorlar, shuningdek, tartibga solish organlari (O‘zbekistonda bu moliya bozorlari bo‘yicha Federal xizmat hisoblanadi) uchun kompaniya moliyasi haqida xalqaro buxgalteriya hisobi andozalari bo‘yicha tayyorlangan va mustaqil auditor tekshiruvidan o‘tkazilgan axborot ochib berilishi lozim.

Uchinchi tamoyil - kompaniya mulkining shoffoflik tarkibi, menejment bilan bog‘liq, 5% dan ortiq aksiyalarga ega bo‘lgan, aksiyadorlarning affillangan tarkibi. Bunda mulk tarkibini yakuniy mulk egasigacha ochib berish lozim.

To‘rtinchi tamoyil - oddiy aksiyalar “bitta aksiya – bitta ovoz” qoidasi bo‘yicha ovoz beradi. Ushbu tamoyilga O‘zbekiston Respublikasida rioya qilinadi. Aksiyadorlar qabul qilishi lozim bo‘lgan muhim qarorlar doim ham aynan aksiyadorlarni olgan aksiyalari darajasida qabul qilinmaydi.

Beshinchi tamoyil – direktorlar Kengashini kompaniya aksiyadorlari saylaydi. Kengash ularning oldida hisobot beradi, shuningdek, mustaqil direktorlar kengashiga kompaniya menejerlari hisoblanmagan shaxslarni qamrab oladi.

Oltinchi tamoyil – korporatsiyada rag‘batlantirish tizimi (ish haqi, mukofotlar, opsiyonlar va hakozo) aksiyadorlar manfaatlariga javob berishi lozim. Bu kompaniya xodimlari yoki uning aksiyadorlari ekanligini, yoki kompaniyada aksiyalarni bonus sifatida olishini anglatadi. Agar menejer unga kompaniyaning ahvoliga bog‘liq bo‘ladigan qarorlar qabul qilsa, uning ish haqi korxonaning kapitallashuv darajasiga to‘g‘ridan - to‘g‘ri bog‘liq bo‘lishi lozim.

Etтинchi tamoyil - korporatsiyalar qaysi mamlakatda faoliyat yuritayotgan bulsa, o‘sha mamlakatning qonunlariga amal qilishlari shart.

Sakkizinchi tamoyil – hukumatlar va korporatsiyalar doimiy muloqotda bo‘ladi.

Korporativ boshqaruv tamoyillari bir tomondan qonun hisoblansa, boshqa tomonidan doimiy tuzatish kiritish jarayonini birgalikda amalga oshirishi lozim.

Korporativ boshqaruv xalqaro tamoyillari quyidagicha ifodalanadi. Evropa tiklanish va taraqqiyot banki (ETTB) korporativ amaliyoti va oqilona ishbilarmonlik me'yorlari. Bu hujjat 1997 yil Evropa tiklanish va taraqqiyot banki tomonidan "Kupere end Laybrand" kompaniyasi bilan birgalikda kompaniyalarga nufuzli kreditorlar va investorlar tomonidan investisiya qarorlari qabul qilishda qaysi jihatlar ko'proq hisobga olinishini yaxshi tushunish maqsadida tayyorlangan. ETTB korporativ amaliyoti va oqilona ishbilarmonlik me'yorlariga muvofiq kompaniyalarga manfaatdor tomonlar bilan o'zaro munosabatlarda quyidagi tamoyillarga amal qilish tavsiya etiladi:

1. Mijozlar bilan o'zaro munosabatlar:

■ chiqarilayotgan tovarlar va ko'rsatilayotgan xizmatlar yuqori sifatli va raqobatbardosh narxi;

■ tovar va xizmatlar haqida tegishli tarzda xabardor qilish;

■ munosabatlarda o'zoq muddatli istiqbol.

2. Xodimlar bilan o'zaro munosabatlar:

■ mehnat qonunchiligiga, jumladan, mehnatni himoya qilish va gigiena me'yorlariga rioya qilish;

■ ishga qabul qilish, haq to'lash, xizmat bo'yicha harakatlanish va kamsitilmaslik bo'yicha aniq tamoyillar mavjudligi;

■ xodimlarning kasaba uyushmalari faoliyatida qatnashish huquqini himoya qilish.

3. Ta'minotchilar bilan o'zaro munosabatlar:

■ aniq va oshkora xarid tamoyillari;

■ Hisob raqamlar bo'yicha o'z vaqtida to'lash;

■ poraxo'rlikni ta'qib qilish;

■ manfaatli bitimlardan voz kechish.

4. Jamoatchilik bilan o'zaro munosabatlar:

■ mahalliy aholining fikri va manfaatlarini hisobga olish;

■ atrof - muhitni asrash bo'yicha talablarga rioya qilish.

5. Davlat organlari va mahalliy hukumatlar bilan o'zaro munosabatlar:

■ soliqlar to'lash;

■ barcha majburiy me'yorlarga amal qilish;

■ barcha zarur ruxsatnoma va listenziyalar olish;

■ manfaatdorlikning yo'qligi.

6. Kompaniyaning aksiyadorlar bilan o'zaro munosabatlari eng muhim ahamiyatga ega. Shu boisdan oqilona ishbilarmonlik me'yorlarida qo'yidagi tavsiyalar mavjud.

Korporativ boshqaruvning modellari

Korporativ boshqaruvning modellarining qo'yi dagi shakllari mavjud hisoblanadi:

- Unitar (investor) modeli – AQSh, Buyuk Britaniya, Avstraliya;
- Ikki pog'onali (manfaatdor shaxslar) modeli – Germaniya;
- Kontinental model;
- Tarmoq modeli – Yaponiya (keyretsu), Koreya (chaebol).

Unitar model:

- Boshqaruvning yagona organi – uning tarkibida ijro etuvchi direktorlardan ko'ra mustaqil direktorlar ko'proq bo'lgan unitar Direktorlar Kengashi (aksiyadorlik mulkchilikning «Inglizsakson» modeli: 24 - 30% aksiya harakatsiz, uzoq vaqt kichik korxonalar qo'lida bo'ladi va nazorat paketini shakllantiradi, 70-80% aksiya, aksincha, harakatchan, vaqti - vaqti bilan bozorga olib chiqiladi va bir kishining qo'lidan boshqasiga oson o'tadi);

- Aksiyadorlik kapitalning katta qismi inglizsakson udumlarida tarbiyalangan mayda investorlar sarmoyasidan iborat;

- Jismoniy shaxslarga qarashli bo'lmagan aksiyalar asosan institustional investorlar qo'lida jamlangan;

- Qimmatli qog'ozlar bozori yuqori samaradorligi va likvidligi bilan ajralib turadi;

- Minoritar aksiyadorlar huquqlarini himoya qilish yuqori darajada;

- Jalb qilingan direktorlar ishtirokidagi kuchli korporativ boshqaruv.

Ikki pog'onali model (insayderlik):

Rahbarlik va ijrochilik organi:

- Kuzatuv kengashi (Direktorlar kengashi);

- Ijroiya organi.

Vazifalarning qat'iy taqsimlanishi. Kengash a'zolari ijroiya organiga a'zolik qilishi mumkin emas.

Kontinental model:

- Doimiy egalarda 70 – 80 % aksiya jamlangan, 20 - 30 % aksiya esa “chakana” sotiladi va xaridorlar ularga mablag'larni vaqtincha joylashtirish vositasi sifatida qaraydilar;

- Aksiyadorlik sarmoyasini yirik “ulgurji” investorlar tashkil qilib, bir - birining aksiyasiga o'zaro egalik qilish (kuchli qaramlik) tizimi keng rivojlangan;

- Kuzatuv kengashida kompaniya hodimlarining salmoqli vakilligi;

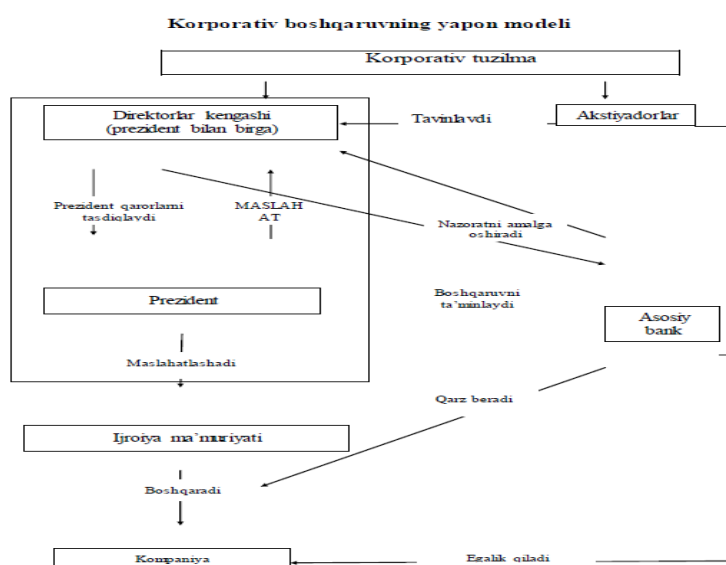
- O'zoqni ko'radigan investorlar;

- Qimmatli qog'ozlar bozori kichikroq va likvidligi kamroq.

Tarmoq (yapon) model:

Yapon modeli mazmuniga ko'ra amerika modeliga ham, germaniya modeliga ham o'xshamaydi, biroq ikkala modelning ayrim xususiyatlarini o'z ichiga olgan:

- direktorlar kengashi tarkibida mustaqil direktorlar bo'lmasdan, Kengashning barcha a'zolari yuqori boshqaruv organi vakillari yoki eski boshqaruvchilardir;
- aksiyadorlik sarmoyasini asosan yirik investorlar tashkil qilib, yagona sanoat guruhiga a'zo bo'lgan kompaniyalarning o'zaro aksiyalariga egalik qilish holati muhim o'rin tutadi;
- shaxslararo munosabatlar kuchli muhim ahamiyatga ega;
- insayderlarning etakchiligi.

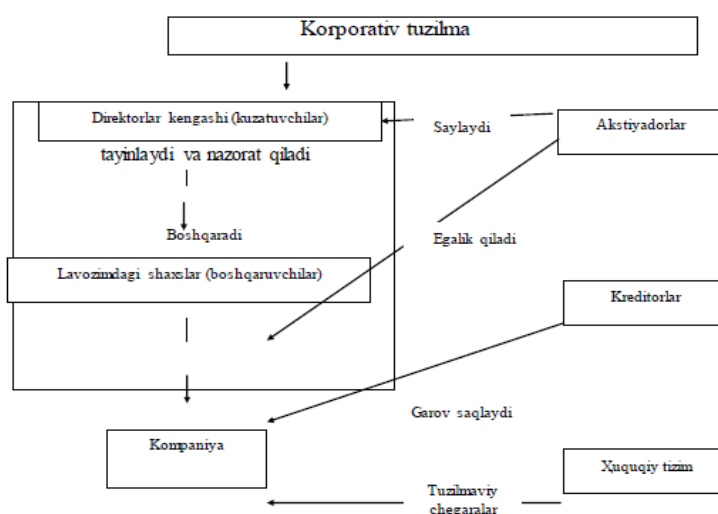


2.1-rasm Korporativ boshqaruvning yapon modeli

Korporativ boshqaruvning amerika tizimi xususiyatlari AQShda aksiyadorlik mulkchilikning xususiyatlariga bevosita bog'liqdir. Xususan, amerika korporatsiyalariga boshqa investorlardan ko'ra o'z ta'sirini kuchliroq o'tkaza oladigan yirik investorlarning yo'qligi xosdir.

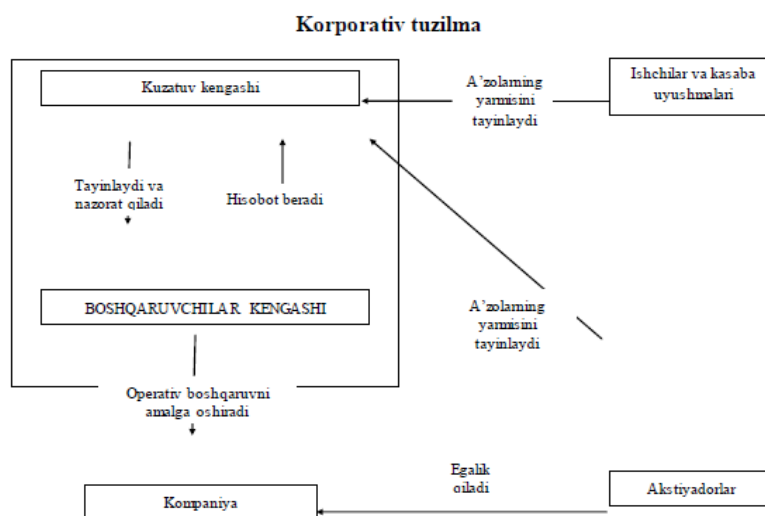
Aksiyadorlik kapitalining maydalangani bir mulkdordan ikkinchisiga aksiyalarning o'tishini osonlashtiradi. Mayda aksiyador o'ziga qarashli aksiyalarni sotish haqida qarorni nisbatan oson qabul qilishi mumkin, aksincha yirik aksiyador uchun paketning sotilishi odatda strategik rejalarning o'zgarishidan dalolat berishi va sotiladigan aksiyalarning kurs qiymati tushib ketishi oqibatida (bozordagi taklifning ortib ketishi sababli) yo'qotishlarga olib kelishi mumkin. Amerika qimmatli qog'ozlar bozorining yuqori samaraliligi va likvidligi bilan ajralib turishi mayda investorlar uchun paketlarni sotish ishini tez va texnik jihatdan oson amalga oshadigan qilib qo'yadi. Kompaniyalarning qo'shilishi, qo'shib olinishi, egallanib olinishi va sotib olinishlari amerika fond bozorining keng tarqalgan amaliyoti bo'lib, bu esa fond bozorini aksiyadorlar tomonidan menejerlar faoliyatini nazorat

qilishning juda samarali va oson amalga oshirishga imkon beruvchi quroli qilib qo'yadi.



2.2-rasm. Korporativ boshqaruvning ingliz-amerika modeli

Korporativ boshqaruvning nemis modeli. Nemis modelining AQSh modelidan farqli o'laroq, aksiyadorlik kapitalining katta qismi boshqa kompaniyalar egaligida turadi: umumiy kapitalining yarmidan ko'pini bir - birining aksiyalariga egalik qilish tizimi o'z ichiga oladi. Shaxsiy investorlar nemis modelida ikkinchi yirik investorlar guruhini tashkil qilsa ham (nemis kompaniyalari umumiy aksiyalarning taxminan 16% iga egalik qiladi) ular aksiyalarining ko'p qismi taqdim etuvchiga sertifikatini ko'rinishiga ega bo'lib, bu sertifikatlar ularning egalari topshirig'iga ko'ra, xususiy aksiyadorlar aksiyalarining juda katta qismi jamlangan banklar tomonidan boshqariladi. Shuning uchun, Germaniya kompaniyalarini erkin sotuvda bo'lgan aksiyalarining juda katta ulushi (90%dan ortig'i) tashkilot-investorlar tomonidan boshqariladi. (o'zlari aksiya egalari bo'lmasa ham).



2.3-rasm. Korporativ boshqaruvning nemis modeli

4-mavzu: Korporativ strategiya va ijtimoiy mas'uliyat

REJA:

1. Korporativ strategiya mazmuni va mohiyati
2. Korporativ ijtimoiy mas'uliyatning mohiyati
3. Strategik rejalashtirishning yo'nalishlari
4. Korporatsiya strategiyasini ishlab chiqish jarayoni
5. Korporativ maqsad - korporativ strategiyalarning ahamiyati

Korporativ strategiya mazmuni va mohiyati

Korporativ strategiya - kompaniya maqsadi, uning aksiyadorlari uchun qiymat yaratish va uni muvaffaqiyatli amalga oshirishdir. Boshqa tashkilotlar uchun bu juda muhim ahamiyatga ega bo'lsa-da, bu borada aksiyadorlar asosiy hisoblanadi va aksiyadorlar qiymat yaratishda yirik firma va kompaniyalarning kelgusida erishishi zarur bo'lgan strategik rejalashtirish asosida o'z vazifalarini belgilab olishadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxona yoki firma yagona milliy iqtisodiyotning uzviy tarkibiy qismi va ayni paytda, iqtisodiy jihatdan alohida bo'g'ini hisoblanadi. Korxona tarmoqlarni kengaytirib kattalashishi yoki o'z faoliyatini o'zini-o'zi boshqarish usuli orqali nazoratni o'rnatishi mumkin. Shuningdek, bozorni egallagan, ishlab chiqarishga asoslangan korxonalar o'z harajatlarini o'zi qoplashi asosida foyda (daromad) olish maqsadida yuritadigan birlamchi xo'jalik subyekti hisoblanadi. Korxonalar ishlab chiqarish, savdo, tijorat-vositachilik, transport, sug'urta, bank, injiniring, moliyaviy investitsiya, ilmiy-tadqiqot, innovatsiya va turli xizmatlar ko'rsatish sohalarida faoliyat ko'rsatadi.

An'anaviy firma nazariyasi uning yagona iqtisodiy manfaati foydani maksimallashtirishga qaratilganini asoslaydi. Menejerial nazariyaga ko'ra firmaning faoliyatini uning egalari emas, balki menejerlari belgilab beradi. Ularning iqtisodiy manfaatlari ishlab chiqarish va mahsulotlar sotish hajmini hamda daromadni maksimallashtirish hisoblanadi. Firma qisqa muddatli davrda tovar sotish hajmini maksimallashtirishga, uzoq muddatli davrda esa foydani maksimallashtirishga harakat qiladi. Firma egalari kapitalni o'stirish, shaxsan boyishni xohlaydilar. Bunday xohish cheksiz bo'lib, menejerlar ish haqi, obro'-e'tibori, firmadagi o'z mavqeyini o'stirishni istaydi.

Ko'p maqsadlar konsepsiyasiga ko'ra firma bir necha maqsadni, ya'ni foyda, sotish hajmi, iqtisodiy o'sish va boshqalarni ko'zlaydi. Shuning uchun qiymat yaratish maqsadida, firma va kompaniyalar resurslardan unumli foydalanish uchun raqobat afzalligini yaratish maqsadida ikkita ko'rsatkich: savdo aylanmasi va uning moliyaviy muhitga ta'sirini ko'rib chiqishadi.

Strategiya umumiy tarzda korxonaning mavqeini mustaxkamlash, iste'molchilarning talablarini qondirish va qo'yilgan maqsadlarga erishishga

qaratilgan boshqarish rejasidir. Aniq strategiyani tanlash - rivojlanishning mumkin bo'lgan turli yo'llari va usullari ichidan eng maqbulini tanlab olish demakdir. Korxonani boshqarish rejasi quyidagi asosiy funktsiya va bo'linmalarni o'z ichiga oladi: ta'minot, ishlab chiqarish, moliya marketing, xodimlar, ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar.

Strategik tanlash - bu biznes yechimlar va raqobatga bardoshlilik harakatlarini yagona tizimga bog'lash demakdir.

Korporativ strategiya kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlar va faoliyatiga ta'alluqlidir. Aytish mumkinki, strategiyani (harakatlar tarzini) va uning aniq vositalarini ifodalash boshqaruvning negizini tashkil qiladi va kompaniyada menejmentning yaxshi yo'lga qo'yilganligini ko'rsatuvchi eng to'g'ri belgi bo'lib xizmat qiladi.

Strategiyaning mazmuni quyidagilardan iborat:

- korxona biznesining yo'nalish va asosiy maqsadlarni belgilab olish;
- korxonaning tashqi muhitini tahlil qilish;
- undagi ichki vaziyatni tahlil qilish;
- korxona yoki xo'jalikning o'rta bo'g'inlarida strategiyani tanlash va ishlab chiqish;
- diversiyalangan korxonaning portfelini tahlil qilish;
- uning tashkiliy strukturasini loyihalash;
- integratsiya darajasini va boshqaruv tizimini tanlash;
- strategiya - struktura – nazorat majmuasini boshqarish;
- korxona faoliyatining ba'zi sohalardagi siyosatini va uning fe'l-atvor me'yorlarni belgilash;
- kompaniya strategiya va natijalarining teskari aloqasini ta'minlash;
- strategiyani, strukturani va boshqaruvni takomillashtirish.

Strategiya - tashkilotning tashkiliy vazifa va maqsadlariga erishishda foydalaniladigan tashkiliy hatti-harakatlar va boshqaruvga yondashuvlari tarzidir. Biznes sohasini belgilash, maqsadni belgilash, qisqa va uzoq muddatli vazifalarni (dasturlarni) aniqlash, maqsadga erishish strategiyasini belgilab olish strategik rejani tashkil qiladi.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyatning mohiyati

Oxirgi yillarda butun dunyo bo'ylab davlat, fuqarolik institutlari va xususiy kompaniyalar o'rtasidagi munosabatlarda ro'y bergan o'zgarishlar ijtimoiy hamkorlikning yangi shakllari paydo bo'lishiga olib keldi. Shunday shakllardan biri ixtiyoriy ravishdagi o'zaro munosabatlar tizimiga asoslanuvchi – korporativ ijtimoiy mas'uliyatdir. Hozirda biznes muhitida —korporativ ijtimoiy mas'uliyat tushunchasi faol qo'llanilmoqda, biznes hamjamiyatlari korporativ ijtimoiy

mas'uliyat strategiyalarini ishlab chiqmoqdalar va tashkilot tuzilmasida korporativ ijtimoiy mas'uliyatni amalga oshirish bo'limlarini tashkil etmoqdalar. Yevropa mamlakatlarida esa butun bir ilmiy tekshirish institutlari bu xodisani o'rganish bilan shug'ullanmoqda.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat – bu kompaniyaning izchil iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy chora-tadbirlari tizimi bo'lib, manfaatdor tomonlarning doimiy o'zaro harakati asosida amalga oshiriladi va nomoliyaviy tavakkalchilikni pasaytirishga, kompaniyaning imidj va ishbilarmonlik nufuzini oshirishga, shuningdek korxonaning barqaror rivojlanishi va daromadlilikini ta'minlaydigan kapitalizatsiya va raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgandir.

Umuman, ijtimoiy mas'uliyat konsepsiyasining asosiy g'oyalari va uni ijtimoiy mas'uliyatli hatti-harakat orqali amalga oshirish yondashuvlari XX asr o'rtalarida AQSHda paydo bo'ldi va o'z rivojlanishi davrida 3 bosqichni bosib o'tdi.

Birinchi bosqich (XX asrning 60-70 yillari) filantropiya va xayriyaning gullab-yashnashi bilan tavsiflanadi. O'sha davrda ishbilarmonlik faoliyati va ijtimoiy faollik ayri holda amalga oshirilgan. Ijtimoiy ahamiyatga ega masalalarni hal etish uchun yordam korxona rahbarining shaxsiy xayrixohligi asosida asosan moddiy yordam ko'rinishida ajratilgan.

Ikkinchi bosqich (XX asrning 70-80 yillari) strategik filantropiyaning paydo bo'lishi bilan tavsiflanadi. Bu davrga kelib biznes ijtimoiy masalalarni hal etishni korporatsiyaning strategik maqsadlari bilan bog'lay boshladi.

Uchinchi bosqich (XX asrning 80-yillari oxiri) ijtimoiy investitsiyalarni amalga oshirish amaliyotining rivojlanishi bilan karakterlanadi. Ma'lum bir ijtimoiy muammolarni hal etish uchun tijorat, notijorat va davlat sektorlari o'z urinishlarini birlashtira boshlaydilar.

1979-yilda amerikalik olim A. Keroll tomonidan korporativ ijtimoiy mas'uliyatning o'ziga xos talqini taklif etildi. Unga ko'ra, korporativ ijtimoiy mas'uliyat ko'p pog'onali mas'uliyat bo'lib, uni piramida ko'rinishida aks ettirish maqsadga muvofiq bo'ladi. A.Keroll piramidasi quyidagi rasmda aks ettirilgan.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat – bu kompaniyalarning PR-tadbirlari asosida yotuvchi yangi urf bo'lgan konsepsiya emas, balki har bir muvaffaqiyatli kompaniyaning zaruriy tarkibi bo'lib, bozorda yuqori ulushga ega bo'lish va uni saqlash maqsadlarini o'zida aks ettiradi. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat – bu jamiyat rivojlanishiga biznesning ixtiyoriy qo'shgan hissasi bo'lib, personalning ijtimoiy himoyasiga va kasbiy rivojlanishiga, sog'liqni saqlash, sport, madaniyat, ta'lim tizimini qo'llab-quvvatlashga, atrof-muhitni himoyalashga yo'naltirilgan ijtimoiy investitsiyalar vositasida amalga oshiriladi. Bu sohadagi faoliyat tizimli harakterga ega bo'lib quyidagi yo'nalishlarda ijro etiladi:

Korporativ ijtimoiy mas’uliyatni amalga oshirishning ustuvor yo’nalishlari va mexanizmi.

Yo’nalishlari:	Amalga oshiriladigan chora-tadbirlar.
Personal bilan bog‘liq mas’uliyat.	Xodimlarni o‘qitish va malakasini oshirish dasturlari. Qo‘shimcha ijtimoiy imtiyozlar va kafolatlar (tibbiy nafaqa va uy-joy dasturlari, sanatoriy-dam olish maskanlarida davolanishlar va h.k.) . Korporativ madaniyatni shakllantirish va xodimlar uchun nomoddiy rag‘batlarni yaratish. Ayirmachilikka (diskriminatsiyaga) yo‘l qo‘ymaslik va barcha xodimlarga millatidan, dinidan, jinsidan qat’iy nazar teng imkoniyatlar yaratib berish.
Atrof-muhitni asrash.	Turli xil ifloslanishlarning oldini olish (atmosfera, suv obyektlariga chiqindilarni tashashni to‘xtatish). Energiya, suv va boshqa resurslardan samarali foydalanishga qaratilgan innovatsion texnologiyalarni rivojlantirish. Qayta tiklanmaydigan resurslar iste’molini qisqartirish. Ekologik omillarni hisobga olgan holda ofisda ishni tashkil etish (qog‘oz, suv, energiyani tejash, videokonferensiyalar o‘tkazish orqali mehnat safarlarini qisqartirish).
Iste’molchilarga nisbatan mas’uliyatli munosabat.	Iste’molchilarning hayoti va sog‘ligiga zarar etkazmaydigan sifatli tovar yetkazib berish va xizmatlar ko‘rsatish. Tovar va xizmat xususiyatlari to‘g‘risida ishonchli ma’lumot berish. Iste’molchilar to‘g‘risidagi shaxsiy ma’lumotlarning maxfiyligini ta’minlash. Sifati qoniqarsiz tovar va xizmatlar ko‘rsatilgan holatda zararni qoplash muolajalarining mavjudligi.
Yo’nalishlari:	Amalga oshiriladigan chora-tadbirlar.
Personal bilan bog‘liq mas’uliyat.	Xodimlarni o‘qitish va malakasini oshirish dasturlari. Qo‘shimcha ijtimoiy imtiyozlar va kafolatlar (tibbiy nafaqa va uy-joy dasturlari, sanatoriy-dam olish maskanlarida davolanishlar va h.k.) . Korporativ madaniyatni shakllantirish va xodimlar uchun nomoddiy rag‘batlarni yaratish. Ayirmachilikka (diskriminatsiyaga) yo‘l qo‘ymaslik va barcha xodimlarga millatidan, dinidan, jinsidan qat’iy nazar teng imkoniyatlar yaratib berish.

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, korporativ ijtimoiy mas’uliyat tushunchasi keng qamrovlidir:

- biznesning ijtimoiy mas’uliyati – jamiyat va biznes rivojlanishining yangi madaniy pog‘onasi bo‘lib, korxonaning tijorat va jamiyat manfaatlari o‘rtasida konsensusni topishga imkon beradi;

- korporativ ijtimoiy mas'uliyat – bu biznesning jamiyat rivojiga jumladan, ijtimoiy, iqtisodiy va ekologik sohalarga ixtiyoriy ravishda hissa qo'shish majburiyati;

- korporativ ijtimoiy mas'uliyat – biznes va jamiyat birgalikda barqaror holda mavjud bo'lishini aks ettiruvchi konsepsiya.

Bunday yondashuvlar respublikamizda korporativ boshqaruvni takomillashtirishga katta e'tibor berilayotgan bir paytda, korporativ ijtimoiy mas'uliyat konsepsiyasini rivojlantirish muammosining dolzarbligini oshiradi.

Korporativ maqsad - korporativ strategiyalarning ahamiyati

Korporativ maqsad - korporativ strategiyalarni baholash, korporativ strategiyalarni moliyaviy ta'minlashning usul va mezonlarini aniqlash korporativ boshqaruvning moliyaviy mexanizmidan foydalanish, ko'proq samarali moliyaviy dastaklar va usullarni tanlash.

Korporativ strategiyalarni ta'minlashning moliyaviy dastaklari va usullarining to'plami bir-biridan farq qiladi. Chunonchi, uzoq muddatli strategiyalarni amalga oshirishda, ya'ni moliyaviy resurslarga ehtiyoj belgilanib, pul oqimlari rejasi tuzilganda, quyidagilarni aniqlash lozim:

1) O'z va qarz kapitali nisbatini. Bunda korxonaning uzoq muddatli istiqbolga mo'ljallangan moliyaviy siyosatiga jamg'arish fondini kengaytirish kiritilishi va bunda asosiy urg'u o'z-o'zini moliyalashtirishga berilishi kerak. O'z-o'zini moliyalashtirish ushbu fondlarga yo'naltiriladigan sof foyda ulushini belgilash orqali amalga oshiriladi.

2) Agar moliyaviy resurslar manbasi sifatida investitsiya loyixasini kreditlash qabul qilingan bo'lsa, u holda investitsiya loyihasini amalga oshirish uchun ochiladigan va kreditni qoplashni ko'zda tutadigan uzoq muddatli kredit liniyasi to'g'risida bitim tuzish lozim.

3) Kreditni qoplash tamoyillari korxonaning moliyaviy ahvolini, pul mablag'larining joriy va istiqboldagi qiymatini, kreditni qoplash shartlarini qayta qurib chiqish imkoniyati hisobga olinishi kerak.

4) Agar moliyalashtirishni Aksiya va obligatsiyalarni qimmatli qog'ozlar bozorida joylashtirish hisobiga amalga oshirish ko'zda tutilayotgan bo'lsa, u holda investorlar doirasini va Korporatsiya obrusini oshirish uchun reklama kampaniyasi budjetining eng yuqori darajasini aniqlash talab etiladi.

5) Aksiyadorlik jamiyatlari uchun strategiyalar moliyaviy tusga ega bo'lishi va aksiyalar kurs qiymatining oshishida ifodalanishi mumkin. Bu holda moliyaviy dastaklar qatoriga foyda va dividendlar kiritiladi, dividendlar hamda sof foyda miqdorlarining o'sishini ta'minlashning moliyaviy usullari esa chiqimlarni kamaytirish va ishlab chiqarish rentabelligini oshirish bo'yicha tadbirlardir.

5-mavzu: Korporatsiyalarning ish mexanizmi va ularning xususiyatlari

REJA:

1. O‘zbekistonda korporatsiya mustaqil aksiyadorlik jamiyati sifatida
2. Korporatsiyalarning integratsion rivojlanish strategiyalari
3. Korporatsiyalarning integratsiya turlari va tiplari
4. Korporativ tuzilmalar tuzishning tashkiliy turlari

O‘zbekistonda korporatsiya mustaqil aksiyadorlik jamiyati sifatida

Korporatsiyalarni eng tarqalgan ta’rifi bu – o‘z oldiga ma’lum bir maqsadlar qo‘ygan, jamiyat manfaatlarida harakat qiladigan, belgilangan huquqlarga ega, yuridik shaxs hisoblangan, doimiy asosda faoliyat yuritadigan va mas’uliyati cheklangan tashkilot hisoblanadi. Ustav fondi jamiyatning aksiyadorlarga nisbatan majburiyatlarini tasdiqlovchi muayyan miqdordagi aksiyalarga taqsimlangan xo‘jalik yurituvchi sub’ekt aksiyadorlik jamiyati deb hisoblanadi. Jamiyat qonun hujjatlarida taqiqlanmagan faoliyatning har qanday turlarini amalga oshirish chog‘ida huquqlarga ega bo‘ladi va majburiyatlarni o‘z zimmasiga oladi.

Aksiyadorlik jamiyati ochiq yoki yopiq bo‘lishi mumkin. Ochiq aksiyadorlik jamiyatining muassislari tarkibiga kiruvchilarning eng kam soni cheklanmaydi, yopiq aksiyadorlik jamiyatining muassislari esa kamida uch shaxsdan iborat qilib belgilanadi. Jamiyatning har bir muassisi uning aksiyadori bo‘lishi lozim. Qatnashchilari o‘zlariga tegishli aksiyalarini o‘zga aksiyadorlarning rozilgisiz boshqa shaxslarga berishi mumkin bo‘lgan aksiyadorlik jamiyati ochiq aksiyadorlik jamiyati deb hisoblanadi. Ochiq aksiyadorlik jamiyati o‘zi chiqarayotgan aksiyalarga ochiq obuna o‘tkazishga va qonun hujjatlarining talablarini hisobga olgan holda ularni erkin sotishga haqlidir. Ochiq aksiyadorlik jamiyati o‘zi chiqarayotgan aksiyalarga yopiq obuna o‘tkazishga haqli, jamiyat ustavida va qonun hujjatlarida yopiq obunani o‘tkazish imkoniyati cheklab qo‘yilgan hollar bundan mustasno.

Ochiq aksiyadorlik jamiyati aksiyadorlarining soni chegaralanmaydi. Aksiyalari faqat o‘z muassislari yoki oldindan belgilangan doiradagi shaxslar orasida taqsimlanadigan aksiyadorlik jamiyati yopiq aksiyadorlik jamiyati deb hisoblanadi. Bunday jamiyat o‘zi chiqarayotgan aksiyalarga ochiq obuna o‘tkazishga yoxud ularni cheklanmagan doiradagi shaxslarga sotib olish uchun boshqacha tarzda taklif etishga haqli emas. Yopiq aksiyadorlik jamiyati aksiyadorlarining soni ellik nafardan ziyod bo‘lishi mumkin emas. Belgilangan chegaradan ortib ketgan taqdirda u yopiq aksiyadorlik jamiyatlari uchun miqdori aksiyadorlarning chegaralangan limitidan ortib ketgan shaxslar aksiyadorlar

reestrada ro'yxatga olingan kundan e'tiboran olti oy ichida ochiq aksiyadorlik jamiyatiga aylantirilishi, ushbu muddat tugagach, sud tartibida tugatilishi lozim.

Korporatsiyalarning integrastion rivojlanish strategiyalari

O'z oldiga integratsiyalanishni maqsad qilib qo'ygan korporatsiya integrastion strategiyasining belgilangan bosqichlarini amalga oshiradi. Yiriklashtirilgan tarzda korporatsiyalar rivojlanishining integrastion strategiyasi uch bosqichga taqsimlanadi:

Birinchi bosqich - tashkiliy loyihalashni ifodalaydi, bu erda integratsiya haqida qaror qabul qilinadi, strategiyalar ishlab chiqiladi, amalga oshirish jarayonlari rejalashtiriladi va hokozo.

Ikkinchi bosqichda - ishlab chiqilgan rejalar va chora - tadbirlar asosida loyihani amalga oshirish ko'zda tutiladi va integratsiya jarayoni amalga oshiriladi. Korporatsiya tarkibiga kiradigan kompaniyalar yoki korporatsiyalarni tashkiliy strukturasi o'zgaradi, ishlab chiqarish va boshqaruv aloqalarining bir holatdan boshqa holatga o'tishi ro'y beradi.

Loyihani amalga oshirishning ikkinchi bosqichida qo'yidagilar amalga oshirilishi mumkin:

1. Qo'shilish (qo'shib olish). Qo'shilish deb - yangi jamiyatning unga qo'shilish haqida qaror qilgan, ularning faoliyat yuritishi to'xtatiladigan bir nechta jamiyatlarning barcha huquq va majburiyatlari berilishi yo'li bilan tashkil topishiga aytiladi. Boshqacha qilib aytganda, har bir jamiyatni yuridik jihatdan tugatish ro'y beradi va yangi tashkiliy struktura tuziladi. Mos ravishda, barcha mavjud boshqaruv organlari bekor qilinadi va yangi tashkil qilingan kompaniyada aksiyadorlar umumiy yig'ilishi, Direktorlar kengashi, Boshqarma – hammasi yangidan tashkil etiladi.

2. Birlashish. Birlashish deb - jamiyatning barcha huquq va majburiyatlarni boshqa jamiyatga bergan holda o'z faoliyatini to'xtatishiga aytiladi. Ya'ni, o'ziga jamiyatni birlashtirib oladigan tashkilot bu jamiyatning barcha mulkiy majmualarini, aktivlari va hokozolarni idora qilishi mumkin, lekin shu bilan bir paytda u mazkur jamiyatning uchinchi shaxslar oldidagi barcha majburiyatlarini ham o'z zimmasiga oladi.

3. Tugatish. Jamiyatni tugatish jamiyatning huquq va majburiyatlarini boshqa shaxslarga o'tkazmagan holda uning faoliyatini to'xtatishni anglatadi. Jamiyatni ko'ngilli ravishda tugatish haqida qaror aksiyadorlar umumiy yig'ilishida qabul qilinadi, majburiy ravishda tugatish esa sud qaroriga ko'ra amalga oshiriladi.

4. O'zgartirish. Jamiyat mas'uliyati cheklangan jamiyatga, ishlab chiqarish shirkatiga yoki notijorat hamkorligiga o'zgartirilishi mumkin. Aksiyadorlar

umumiy yig'ilishining kun tartibiga jamiyatni o'zgartirish tartibi va shartlari, jamiyat aksiyalarini mas'uliyati cheklangan jamiyat qatnashchilarining qo'yilmalariga yoki ishlab chiqarish shirkati a'zolarining pay badallariga almashtirish tartibiga aloqador masalalar bilan birgalikda jamiyatni o'zgartirish masalasi qo'yiladi..

5. Taqsimlash. Taqsimlash deb - tashkilot faoliyatini to'xtatish va uning barcha huquq va majburiyatlarini yangi tashkil etiladigan jamiyatlarga berish tan olinadi. Aksiyadorlar umumiy yig'ilishida kun tartibiga jamiyatni taqsimlash tartibi va shartlari, yangi jamiyatlar tashkil qilish, taqsimlanadigan jamiyat aksiyalarini yangi tashkil etiladigan aksiyadorlik jamiyatlari aksiyalariga almashtirish tartibi haqidagi masalalar qo'yiladi, shuningdek, taqsimlash balansi tasdiqlanadi.

6. Ajratish. Ajratish deb - ularga o'z faoliyatini to'xtatmagan holda ularni ajratadigan tashkilotning huquq va majburiyalari bir qismi beriladigan bitta yoki bir nechta jamiyatlarni tashkil qilishga aytiladi.

Uchinchi bosqichda - (integratsiya faoliyati monitoringi) o'zgartirilgan korporatsiya faoliyatini kuzatib boriladi va nazorat qilinadi, qilingan ishlarga yakun yasaladi va natijalar baholanadi, integratsiyaga iqtisodiy baho beriladi.

1-bosqich Tashkiliy loyihalashtirish (integration rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish)	Kengaytirish strategiyasi (ishlab chiqarish o'nalishlarini kengaytirish va rivojlantirish)		Rastionallashtirish strategiyasi (faoliyat yo'nalishlarini oqilona kuchaytirish)	
	Ichki o'sish (o'z resurslari etarli bo'lganda)	Strategik hamkorlik (loyihani birga amalga oshirish afzal bo'lganda)	Tugatish (korxona doirasida loyihani amalga oshirishni to'xtatish)	Alohida bo'lib olish (strategik aktivlarning qo'shimcha biznes turiga ajralishi)
2-bosqich Loyihani amalga oshirish (tanlangan yo'nalishda integratsiya jarayonini amalga oshirish)	- qo'shilish - birlashish		- tugatish - o'zgartirish	-taqsimlanish - ajratish
3-bosqich Integration faoliyat monitoringi (integratsiya natijalarini kuzatish)	Miqyos samarasi o'rtachalashtirish samarasi transaksiya xarajatlarida tejash samarasi sinergiya samarasi (samara olish raqobatda ustunlikni qo'lga kiritish bilan tenglashtiriladi)			

5.1-rasm. Integratsion rivojlanish strategiyalari turi

Bunday alohida bo'lib olish biznesi munosib baholanmagan va uni sotish ayni paytda foydali bo'lmagan hollarda maqsadga muvofiq. Yoki korporatsiya bunday biznes - loyiha bilan boshqa loyihalarni yakunlagandan keyin shug'ullanish istagida bo'lishi mumkin. Alohida bo'lib olishning uchinchi sababi noqulay bozor

kon'yunkturasi hisoblanadi, bunda biznes "zaxiraga" qolib ketadi. Loyihani amalga oshirish mos keluvchi jarayonlar bo'yicha qonunchilikda qat'iy belgilab qo'yilganiga muvofiq ro'y beradi.

Korporatsiyalarning integratsiya turlari va tiplari

Korporativ biznesning mavjud integratsiya shakllari xilma-xilligidan gorizontal integratsiyalashgan, vertikal integratsiyalashgan va konglomerat tipdagi korporatsiyalarni alohida ajratib ko'rsatish maqsadga muvofiq.

Gorizontal integratsiyalash natijasida vujudga keladigan korporativ tuzilmalar bitta tarmoq korxonalarining sa'y - harakatlarini birlashtirish tendensiyasini aks ettiradi. Axir dastlab kapital markazlashuvi bir erga jamlanishi xo'jalik sub'ektlarini, jumladan, bir xil turdagi strukturalarni birlashtirish hisobiga qo'shimcha kapital jalb qilish yo'li bilan mustahkamlashda o'z aksini topadi.

Gorizontal aloqalarning bu tizimida alohida korporativ tuzilmalar yirik bir tuzilmaning tarkibiy qismlari hisoblanadi. Rivojlanishning ma'lum bir bosqichida kapitalning jamlanish tendensiyasi bir - biri bilan texnologik jihatdan bog'liq ishlab chiqarishlarga tarqaladi. Bu holat **vertikal integratsiyaning** rivojlanishida o'z aksini topadi. Vertikal integratsiya deganda keng ma'noda korporativ tuzilmalar xo'jalik sub'ektlarining o'zaro aloqalari tushuniladi, shu tariqa, bir sub'ektning mahsulotlari boshqa sub'ekt uchun xomashyo hisoblanadi. Ya'ni, korporatsiyaning ishlab chiqarish funksiyalarini amalga oshirishi texnologik jihatdan murakkab tovar va xizmatlarni ishlab chiqish va bozorga samarali olib chiqish bilan bog'liq bo'lgan, ketma-ketlikdagi tashkiliy usullar asosida ta'minlanadi.

Vertikal integratsiyada o'z mahsulotini bosh kompaniyaga etkazib beruvchi turli pog'onadagi subpudratchilar ierarxiyasidan tashkil topadi: tayyorlash (qazib chiqarish), qayta ishlash (ishlov berish), yakuniy mahsulot ishlab chiqarish, uni sotish. Ushbu turdagi integratsiyaning negizida ishlab chiqarish jarayonlarining bir - biri bilan texnologik bog'liqligi yotadi. Vertikal integratsiyada tashkil etiladigan birlashmalarni mahsulotni ishlab chiqish va bozorga samarali chiqarishning tashkiliy - boshqaruv, moliya -xo'jalik usullari sifatida tavsiflash mumkin.

Konglomerat birlashmalar ham ancha keng tarqalgan bo'lib, ular texnologik jihatdan bir - biri bilan bog'liq bo'lmagan mahsulotlar ishlab chiqarish va sotish bo'yicha tuzilmalar bilan ifodalanadi, ya'ni gap to'ldiruvchi integratsiya yoki ishlab chiqarishni diversifikastiyalash haqida boradi. Diversifikastiyalangan korporativ tuzilmaning (konglomerat) iqtisodiy yutug'i, avvalo, turli tarmoqlarning kapital aylanmasidagi farqdan iborat. Shu tufayli mablag'larning pasayish bosqichida turgan ishlab chiqarish tarmoqlaridan ko'tarilish bosqichidagi ishlab chiqarishlarga yo'naltirish imkoniyati paydo bo'ladi.

Korporatsiyalarning integratsiya tiplari. Integratsiya jarayonlari orasida uchta asosiy birlashmalar turlarini ajratib ko'rsatish mumkin: mulkiy munosabatlar asosida integratsiya; resurslar va xizmatlar ustidan nazoratni bir erga jamlash asosida integratsiya; struktura qatnashchilarining ayrim hokimlik vakolatlarini ko'ngilli markazlashtirish asosida integratsiya.

Korporativ tuzilmalar tuzishning tashkiliy turlari

Barcha korporativ tuzilmalarni birlashma tarkibiga kiruvchi shaxslar mustaqillik darajasi bo'yicha uchta asosiy guruhga ajratish mumkin:

1. Birlashma a'zolari o'z mustaqilligi va huquqlarini to'liq hajmda saqlab qoladi, tuzilmaning o'zi esa, uning qatnashchilari bir xil huquqlarga ega ekanligi sababli simmetrik xarakterga ega bo'ladi. Ko'rib chiqilgan tuzilmalarning bu guruhiga assostiastiya (ittifoq, liga, gildiya, palata), kartel, konsorstiumlar kiradi.

2. Qatnashchilar bir - biri bilan o'z faoliyati to'liq hajmda aloqada bo'lmaydigan va boshqaruv sohasida mustaqillikni saqlab qoladigan, o'zaro qisman bog'liq korxonalar birlashmasi (simmetrik strukturalar). Bu guruhga MSG va sindikatlar kiradi.

3. Boshqaruv funktsiyalari bitta qatnashchidan boshqa qatnashchiga beriladigan (va mos ravishda, mustaqillik huquqi yo'qotiladigan) birlashma. Qatnashchilarning huquq va majburiyatlari bir xil emasligi tufayli struktura assimmetrik hisoblanadi. Bu guruhga trest, konstern va xoldinglar kiradi.

Korporativ strukturalar tashkiliy turlarining to'liq doirasi 5.1-jadvalda keltirilgan.

5.1-jadval

Korporativ strukturalar tuzishning tashkiliy turlari tavsifi

Turi	Mazmuni	Xarakterli jihatlar
Xolding	Bosh korxonalarning aksiyalar nazora paketiga ega bo'lgan va ularga nisbatan belgilangan funktsiyalarni bajaruvchi xo'jalik jamiyati shaklidagi yuridik shaxs (sof xolding, ma'muriy xolding, moliyaviy xolding va h.k.)	Xolding strukturasini: asosiy jamiyat, vakolatxona va filiallar, sho'ba va qaram korxonalar, boshqa firma va xo'jalik subyektlari. Xolding boshqa kompaniyaga nisbatan sho'ba kompaniya bo'lishi mumkin (oraliq xolding). Xolding shakllantirish uchun shartnoma asoslari talab etilmaydi.
MSG	MSG tashkil etish haqida shartnoma imzolagan, yuridik shaxs huquqiga ega xo'jalik sub'ektlari majmui. Tovar va xizmatlar ishlab chiqarish sohasida amal qiluvchi strukturalar va moliyaviy struktura mavjud bo'lishi shart. Davlat ro'yxatidan o'tkazilishi shart.	Kuchli moliyaviy markaz va boshqaruv tizimiga ega birlashma. "Bosh kompaniya"- "sho'ba kompaniya" asosida ham, ishtirok etish tamoyili bo'yicha ham hamkorlik qilishi mumkin.
Konstern	Manfaatlar umumiyli, moliyalashtirish, ishlab chiqarish hamkorligi bilan bog'langan, yagona mulkchilik negizi va nazorat organiga ega bo'lgan korxonalar birlashmasi. Nazorat nizom kapitalida ishtirok etish tizimi orqali amalga oshiriladi.	Yaqqol ifodalangan ishlab chiqarish negizi mavjudligi. Ixtisoslashuv va kooperatsiya darajasi yuqoriligi bilan tavsiflanuvchi vertikal va gorizontalar konsternlar farqlanadi. Konstern tashkil qilish uchun konsternga kirishga asos sifatida bitim va shartnomalar mavjudligi talab etiladi.

Konglomerat	Texnologik jihatdan bir-biri bilan bog'liq bo'lmagan ko'p sonli tashkilotlarning birikuvi (birlashish va qo'shib olish) natijasida vujudga keladigan struktura.	Keng miqyosdagi ishlab chiqarish diversifikatsiyasi va moliyaviy operatsiyalar hajmi. Shartnoma va bitimlar talab qilinmaydi.
Konsorstium	Sanoat, moliya, transport, savdo va boshqa tashkilotlarning vaqtinchalik birlashuvi. Faoliyatdan maqsad – kata ahamitga ega bo'lgan, jiddiy resurslar jalb etishni talab qiluvchi loyihalar yoki yirik sanoat loyihalarini amalga oshirish. Boshqaruv ishonch asosida boshqarish instituti vositasida amalga oshiriladi.	Bu birlashmani tashkil qiluvchi tashkilotlar mustaqil yuridik shaxs maqomini saqlab qoladi, faqat konsorstium maqsadlariga taalluqli joylarda birgalikda saylangan rahbariyatga bo'ysuniladi. Shartnoma asosida tashkil etiladi.
Sindikat	Xo'jalik jamiyati shaklida tashkil etiladigan umumiy organ orqali xomashyo xarid qilish va mahsulot sotish bo'yicha tashkiliy jihatdan rasmiylashtirilgan birlashma. Sindikat a'zolari o'zining yuridik va ishlab chiqarish mustaqilligini saqlab qoladi.	Tashkilotlarning savdo faoliyatigi amalga oshirish uchun birlashuvi. Raqobatning kuchayishi sharoitlarida asoslangan. Tashkil etishning asoslari konvenstional.
Kartel	Ishlab chiqarish hajmi, sotuv narxi, sotuv shartlari, bozorlarni cheklash masalalari bo'yicha kelishib olish maqsadida faoliyat yo'nalishi bo'yicha bir-biriga yaqin bo'lgan mustaqil xo'jalik sub'ektlarining birlashuvi (marketing faoliyatini muvofiqlashtirish).	Maqsad – bozor mexanizmlari mukammal bo'lmagan sharoitlarda bitta bozor sub'ektlarining harakatlarini tartibga solish. Kartel tarkibiga kiruvchi tashkilotlar yuridik, moliyaviy, ishlab chiqarish va tijorat mustaqilligini yo'qotmaydi. Bitimlar asosida amal qiladi.
Trest	Turli tashkilotlar umumiy ishlab chiqarish majmuiga birlashadigan tashkiliy jihatdan rasmiylashtirilgan birlashma. Bunda ular aksiyalar nazorat paketini yoki ishonch asosidagi shartnomani ishonch asosidagi kengashga berib, yuridik, ishlab chiqarish va tijorat mustaqilligini yo'qotadi.	Bir xil turdagi mahsulotlarning bitta yoki bir nechta turlariga ixtisoslashgan holda turli yo'nalishlar bo'yicha tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiradi. Boshqaruv funktsiyalarning bir erga jamlanish darajasi haddan tashqari yuqoriligi bilan tavsiflanadi.
Assostiatsiya	Tijorat tashkilotlari o'rtasida ular faoliyatini muvofiqlashtirish, shuningdek, umumiy mulkiy manfaatlarni ifodalash va himoya qilish maqsadida tashkil etiladigan birlashma	Assostiatsiya qarorlari uning a'zolari uchun tavsiya berish xarakteriga ega bo'ladi.

Alohida ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish huquqi nazoratini markazlashtirish xarakterli bo'lgan ikkinchi turdagi birlashmalar qatorida birinchi navbatda, mahsulotni sotish yoki taqchil resurslar bilan ta'minlashga ixtisoslashgan kompaniyalar atrofida shakllanadigan korporatsiyalar, sindikat va kartellarni ajratib ko'rsatish mumkin.

6-mavzu: Korporativ sektorda davlat ishtiroki

Reja:

1. Davlatning korporativ boshqaruvda qatnashishi
2. Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning maqsad va tamoyillari
3. Korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlar tizimi

Davlatning korporativ boshqaruvda qatnashishi

Davlat korporativ boshqaruvda ikki yoqlama ishtirok etadi. Birinchidan, zaruriyatga qarab korporativ boshqaruvning me'yoriy-huquqiy negizini hosil qilish va takomillashtirish hamda aksioner jamiyatlari (AJ) tomonidan qonunchilik me'yorlariga rioya qilinishi ustidan nazorat qilishda qatnashadi. Ikkinchidan, davlat ulushi mavjud aksiyadorlik jamiyatlar korporativ boshqaruvida bevosita ishtirok qilish va - oltin aksiya qo'llanilishi haqida hukumat qarori qabul qilingan AJni boshqarishda qatnashish.

Davlat korxonalarini va davlat ishtirokidagi korxonalarni boshqarish bo'yicha jahon amaliyotida eng keng tarqalgan modellar mavjuddir. Shular jumlasiga:

Amerika modeli – bu model odatda ishlab - chiqarish sektorida davlatning ulushi kichik bo'lgan mamlakatlarda qo'llaniladi. Ularda davlat aksiya paketlarini shartnoma asosida xususiy boshqaruvchi kompaniyalariga berishi xususiyatlidir. Mazkur modelda —jamoatchilik uchun ochiq korporatsiyalar mafjud bo'lib, ular mos ravishda tarmoq departamentlari va vazirliklarga bo'ysunadilar.

Italiya modeli – korxonalarda davlat ulushi katta bo'lgan davlatlarga xosdir. Davlat korxonalarini va davlat aksiya paketlarini boshqarish uchun davlat mulki vazirligiga qarashli ko'p tarmoqli xolding kompaniyalari tashkil qilinadi.

Aralash model – yuqorida sanab o'tilgan ikki modelning xususiyatlarini o'zida

birlashtiradi. Germaniya, Fransiya, Buyuk Britaniya va boshqa mamlakatlarda qo'llaniladi.

Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning maqsad va tamoyillari

Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning maqsadlari, tamoyillari va modellari:

- davlat budjetining soliqdan tashqari daromadlarini oshirish;
- tabiiy monopoliyalarni tartibga solish, mamlakat mudofaa qobiliyatini va xavfsizligini oshirish, ijtimoiy barqarorlikni saqlab qolish va boshqa dasturlarini amalga oshirish bilan bog'liq umudavlat vazifalarini bajarishda xo'jalik jamiyatlarining qatnashuvini ta'minlash;

- ishlab - chiqarishning rivojlanishiga sharoit yaratish, xo'jalik jamiyatlari faoliyatining moliyaviy - iqtisodiy ko'rsatkichlarini yaxshilash, investitsiyalar jalb qilish;

- iqtisodiyotda institutsional o'zgarishlarni amalga oshirish (korxonalarni, tarmoqlarni restrukturizatsiya qilish, vertikal integratsiyalangan korporativ tuzilmalarni tashkil qilish);

Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning asosiy tamoyillari:

- aniq AJ (AJlar guruhi, masalan, paxta tozalash zavodlari) aksiya paketlarining

davlat egaligida qoldirilishi zarur bo'lgan maqsadlarning aniqlanishi va mos ravishdagi huquqiy hujjatlarida aniq yoritilishi;

- minimal yetarlilik, ya'ni davlat manfaatlariga iqtisodiy tartibga solishning (soliq, bojxona siyosatini o'zgartirish va boshqalar) bilvosita (indikativ) usullar bilan erishib bo'lmaydigan korxonalardagina aksiyalar paketiga davlatning egalik qilishi yetarlidir;

- samarali boshqarish orqali resurslarni imkoni bor darajada tejashga erishish uchun korxona ustav fondida davlat ishtirokining zaruriyati;

- boshqaruvning professionalizmi, davlat aksiya paketlarini boshqarishga yuqori malakali mutaxassislarning jalb qilinishi nazarda tutilishi;

- davlat aksiya paketlarini boshqaruvchilar bilan samarali o'zaro munosabatda bo'lish tizimining mavjudligi.

"Oltin aksiya" - ayrim aksiyadorlik jamiyatlarini boshqarishda davlat ishtirokining maxsus huquqi bo'lib, u strategik ahamiyatga ega bo'lgan davlat korxonalari xususiylashtirilayotganda yoki aksiyadorlik jamiyatlarining davlat aksiya paketlari xususiy mulk etib realizatsiya qilinayotganda O'zbekiston Respublikasi hukumatining qaroriga asosan joriy qilinadi va mamlakatning iqtisodiy manfaatlarini himoya qilinishini ta'minlaydi.

"Oltin aksiya" qiymatga ega emas, boshqa shaxsga berilmaydi hamda arovga qo'yilmaydi, ustav fondi miqdorini belgilashda va dividendlarni hisoblashda inobatga olinmaydi.

"Oltin aksiya" ustav fondida davlat ulushi bo'lmagan yoki bu ulush yigirma besh foizdan oshmaydigan aksiyadorlik jamiyatlarida joriy etilishi mumkin.

Davlatning "oltin aksiya"dan foydalanish tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi. "Oltin aksiya" aksiyadorlik jamiyatining kuzatuv kengashi tarkibiga davlat vakilini (bundan buyon matnda davlat vakili deb yuritiladi) tayinlash vositasida realizatsiya qilinadi. Davlat vakili aksiyadorlarning umumiy yig'ilishida va kuzatuv kengashi majlislarida ushbu qonunning 65-moddasi birinchi qismining ikkinchi to'rtinchi, ettinchi, sakkizinchi, o'n sakkizinchi, o'n to'qqizinchi xatboshilarida, shuningdek 82-moddasi birinchi

qismining ettinchi, yigirma ikkinchi-yigirma to'rtinchi xatboshilarida ko'rsatilgan masalalar bo'yicha veto qo'yish huquqi bilan majburiy tartibda ishtirok etadi. Veto qo'yish ushbu qarorlar qabul qilingan kuni yozma shaklda amalga oshiriladi. Boshqaruv kompaniyasining asosiy maqsadi - qaltislikning maqbul darajasida mulkdorning mumkin qadar yuqori daromad olishini ta'minlash. Davlat aksiyalar paketini ishonchli boshqarishda ushbu aktivlarni saqlab qolish va boshqaruvdagi korxonalarning uzoq muddatli daromadli faoliyatini maksimallashtirish hisobiga ularning qiymatini ko'paytirishga intilish kerak. Buning uchun boshqa aksiyadorlar bilan tushuntirish ishlari olib borilmoqda. Ya'ni ular, korxonaning uzoq muddatli foydaliligi korxonaning aksiyalari qiymatini ancha oshirishini anglab etishlari darkor.

Korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlar tizimi

Bugungi jahon iqtisodiyotidagi integratsiyalashuv va moliyaviy globallashuv sharoitida mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishi va aholi turmush farovonligining yuksalishi mamlakat moliya tizimining barqarorligiga va rivojlanishiga bevosita bog'liqdir. Moliyaviy munosabatlarning markaziy bo'g'ini sifatida korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlar moliya tizimida muhim o'rin egallashidan kelib chiqqan holda korporativ moliya va davlat moliyasi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikning metodologik asoslarini samarali tashkil etish muhim ahamiyat kasb etadi. Shundan kelib chiqqan holda quyida moliya, moliyaviy munosabatlar, xususan, korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlar tizimi to'g'risida o'z ilmiy qarashlarimizni keltirib o'tamiz.

Korporativ moliya esa bu – korporativ tuzilmalar maqsadlarini amalga oshirish uchun pul fondlarini shakllantirish, taqsimlash va foydalanish bilan bog'liq pul munosabatlari yig'indisidir.

Korporativ tuzilma va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlar tizimining samarali tashkil etilishi, ayniqsa, korporativ moliya subyektlari tomonidan puxta o'ylangan qarorlarning qabul qilinishi juda muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki korporativ tuzilmalarda yuzaga keladigan barcha moliyaviy muammolarni hal etishda korporativ tuzilma egalari, davlat ulushi mavjud korxonalarda esa yuzaga kelishi mumkin bo'lgan moliyaviy tangliklarni bartaraf etishda korporativ tuzilma egalari qatorida davlat ham ishtirok etadi. Korporativ tuzilma va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlar tizimida soliq munosabatlari bozor iqtisodiyoti sharoitida muhim ahamiyat kasb etadi. Zero, korxonalar va davlat o'rtasidagi soliq munosabatlari korxonalarda mahsulot (ish, xizmat) sotishdan tushumdan tortib, to sof foyda shakllanguncha bo'lgan

oraliqda davlat budjeti va budjetdan tashqari fondlarga soliqlar va majburiy ajratmalar to'lanishi bilan harakterlanadi.

Mahsulot sotishdan tushumdan to sof foyda shakllanish oralig'ida korxonalarning davlat bilan qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i va boshqa egri soliqlar, resurs soliqlari, foyda solig'i, qo'shimcha foyda solig'i, budjetdan tashqari fondlarga majburiy ajratmalar bilan bog'liq soliq munosabatlari yuzaga keladi. Ushbu soliq munosabatlari amalga oshirilib kelinayotgan islohotlar natijasida turli darajada o'zgarib kelmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015-yil 24-apreldagi PF-4720 sonli farmoni ham kelgusida soliq munosabatlarining o'zgarishig ta'sir ko'rsatadi. Xususan, ushbu hujjatga muvofiq, aksiyadorlik jamiyatlari boshqaruv xodimlari sifatida jalb qilingan xorijiy mutaxassislarning mehnatga haq to'lash fondidan yagona ijtimoiy to'lov to'lash, xorijiy mutaxassislarning boshqaruv xodimlari sifatidagi faoliyatidan olgan daromadlari daromad solig'i, to'lov manbaidan olinadigan daromad solig'i, shuningdek, budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga to'lanadigan fuqarolarning majburiy sug'urta badallaridan ozod etish belgilandi. Bu esa, o'z navbatida, korporativ tuzilmalarda zamonaviy boshqaruv uslublarining joriy etilishiga hamda korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlarning samarali tashkil etilishiga zamin yaratadi.

Tadqiqot ishi bo'yicha yuqoridagi ilmiy qarashlarimizdan kelib chiqqan holda quyidagi xulosalarni keltirib o'tamiz:

- korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatalar tizimi umumiy moliyaviy munosabatlarning asosiy va ajralmas qismi hisoblanadi va uni samarali tashkil etish ham korporativ tuzilmalar ham davlat moliyasi uchun muhim ahamiyat kasb etadi;

- korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlar shartli ravishda ikki guruhga davlat ulushiga ega korxonalar va davlat o'rtasidagi hamda boshqa korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlarga bo'linadi. Davlat ulushiga ega korxonalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlarining ko'lami ikkinchi guruhdagiga qaraganda kengroqdir;

- korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi moliyaviy munosabatlarning asosiy qismini soliq munosabatlari tashkil etadi. Soliq munosabatlarini samarali tashkil etish, soliq qonunchiligini barqarorlashtirish ham korporativ tuzilmalar ham davlat moliyasi uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

7-mavzu: O‘zbekiston respublikasida korporativ boshqaruvning institutsional asoslari

REJA:

1. Aksiyadorlik jamiyatlari korporativ boshqaruvining institutsional asoslari
2. Korporativ huquq

Aksiyadorlik jamiyatlari korporativ boshqaruvining institutsional asoslari

Korporativ boshqaruvning mexanizmlari davlat tartibga solish organlari, sud organlari va ishbilarmonlar doiralarida ishlab chiqilgan ma’lum bir qoida, me’yor va andozalari asosi va doirasida ishlaydi. Ushbu qoida, me’yor va andozalarning majmuasi korporativ boshqaruvning institutsional asoslarini tashkil qiladi.

Asosiy bug‘inlari (aksiyadorlik huquqining tuzilmasi):

I. Maqomiy huquqning me’yor va qoidalari – davlat tomonidan ishlab chiqarilib, aksiyadorlik jamiyatlar faoliyatini tartibga soladi (markazlashgan me’yorlar). Ularga kompaniyalar haqida qonunlar, qimmatli qog‘ozlar haqidagi qonunchilik, aksiyadorlar huquqlarini va investitsiyalarni ximoya qilish qonunlari, iqtisodiy nochorlik, soliq qonunchiligi va boshqalar kiradi;

II. aksiyadorlik jamiyatlar tomonidan kuchga kiritiladigan va uning ichki hayotini tartiblashtiradigan me’yorlar (aksiyadorlik korporativ me’yorlar): korporativ boshqaruvning ixtiyoriy qabul qilingan andozalari haqidagi o‘zaro kelishuv va kompaniya darajasida ularni amalga oshirilish tartibini belgilaydigan ichki me’yorlar (korporativ qimmatli qog‘ozlar listingiga talablar, kodekslar va korporativ boshqaruv bo‘yicha tavsiyalar);

III. Tashkiliy deb nomlanuvchi shartnomalarda, ya’ni boshqa tomonlar bilan ish aloqalarini o‘rnatish, davom ettirish, to‘xtatish (bir so‘z bilan aytganda tashkil qilishga) qaratilgan kelishuvlarda berilgan me’yorlar;

IV. Umumjamiyat amaliyoti va biznes yuritish madaniyati.

Korporativ huquq tushunchasi

Korporativ huquq bu – korxonada ishlab chiqilgan qoidalar tizimi bo‘lib, manfaatdor tomonlarning irodasini ifodalaydi va tashkilot faoliyatining turli tomonlarini tartibga soladi.

Korporativ huquqning belgilari:

- korporativ huquq me’yorlardan, ya’ni umumiy xarakterga ega bo‘lgan o‘zaro munosabatlar qoidalaridan tarkib topgan;

- korporativ huquq o'zi bilan tashkilot faoliyatining barcha tomonlarini tartibga soluvchi me'yorlar tizimini tashkil qiladi;

- korporativ me'yorlar tashkilotning har bir a'zosi, korxonaning har bir xodimi uchun majburiydir;

- korporativ me'yorlar, odatda, yozma shaklda ifodalanadi va ularni o'rnatish shakli sifatida korporativ hujjatlar xizmat qiladi;

- korporativ me'yorlar korxonada qabul qilinadi va alohida mustaqil birlashma jamoasining irodasini ifodalaydi;

- korporativ me'yorlar buzilganda, majbur qilish yo'li bilan ta'minlanadi.

Korporativ me'yoriy hujjatlar quyidagi talablarga javob berishi shart:

- ob'ektiv haqqoniylikni aks ettirishi;

- amaldagi qonunchilikka zid kelmasligi;

- kompaniyaning barcha a'zolari va xodimlari uchun tushunarli bo'lishi;

- me'yorlarning betartib to'plamini tashkil qilmasdan, balki ma'lum bir tuzilmaga ega bo'lishi;

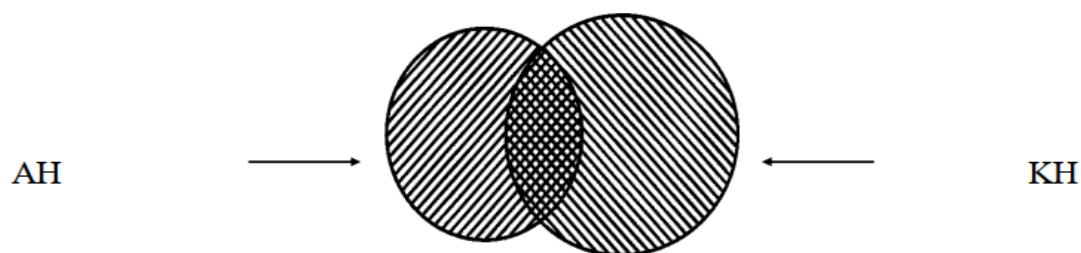
- barcha zarur rekvizitlarga ega bo'lishi.

Korporativ boshqaruvning global andozalari:

- moliyaviy hisobotning halqaro andozalari (XX asr 90 - yillarining ikkinchi yarmi);

- Jahon Bankining korporativ boshqaruvning holatini yaxshilash global dasturi turli mamlakatlarda korporativ boshqaruvning va kompaniyalar faoliyati haqidagi axborotlarni oshkora qilish milliy tizimlarini sezilarli darajada yaxshilashga qaratilgandir (1998);

- Birlashgan millatlar tashkilotining Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (IHTT) Kengashi tomonidan 1999 yil may oyida qabul qilingan



 KH – korporativ huquq (ichki tashkiliy me'yorlar);

 AH – aktsiyadorlik huquqi (aktsiyadorlik jamiyatlarining korporativ me'yorlari);

AH – aktsiyadorlik huquqi (aktsiyadorlik jamiyatlariga nisbatan markazlashtirilgan me'yorlar).

7.1-rasm. Aksiyadorlik va korporativ huquqning nisbati.

Korporativ boshqaruv kodeksi – ixtiyoriy belgilanuvchi andozalar va ichki me'yorlar yig'indisi bo'lib, korporativ munosabatlarning tartibini o'rnatadi va tartibga soladi. Kodeks korporatsiyadagi korporativ boshqaruvning barcha muhim elementlariga taaluqli bo'lgan asosiy me'yorlardan va tavsiyalardan tarkib topishi kerak. Emitentlarning Kodeks qoidalariga rioya qilishidan asosiy manfaaddorligi qimmatli qog'ozlar bozori orqali ularning investitsiyalarni jalb qilishga intilishidir.

Korporativ boshqaruvning andozalari:

- Kedberi kodeksi, 1991 yilda Buyuk Britaniyada Adrian Kedberi rahbarligidagi Qo'mita tomonidan tayyorlangan. Qo'mita Moliyaviy axborotlar kengashi, London fond birjasi va hisobxona xodimlari kasaba uyushmasi tomonidan tuzilgan;

- 2000 yil yanvarida Germaniya korporativ boshqaruv bo'yicha guruh tomonidan eng ilg'or amaliyotdagi nemis korporativ boshqaruv kodeksi yaratilgan;

- Fransiya xususiy korxonalar uyushmasi milliy kengashi va Fransiya korxonalari harakati tomonidan tashkil etilgan guruh, M.Veno raislik qilgan Korporativ boshqaruv bo'yicha qo'mitaning tavsiyalari (1995 va 1999 y.);

- Grestiya korporativ boshqaruv tamoyillari 1999 yilda Moliyaviy bozorlar bo'yicha qo'mita tomonidan tayyorlangan;

- "Jeneral Motors" Direktorlar Kengashi tomonidan 1994 yilda tayyorlangan "AQShda korporativ boshqaruvning asosiy yo'nalishlari va muammolari" tezislari;

- Dunyoda eng yirik nafaqa fondi va etakchi institutsional investorlardan biri bo'lgan "Istefoga chiqqan fuqarolik xizmatchilar Kaliforniya nafaqa fondi" tomonidan 1998 yilda ishlab chiqilgan "AQShda korporativ boshqaruvning asosiy tamoyillari va yo'nalishlari";

- Braziliya korporativ boshqaruv instituti tomonidan 1999 yilda tayyorlagan "Lozim darajadagi amaliyot kodeksi";

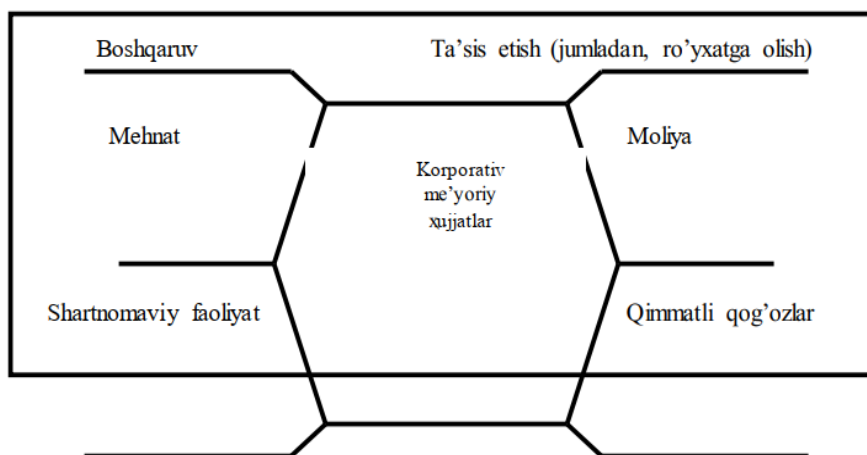
- Hindiston sanoat konfederatsiyasi tomonidan 1998 yilda taqdim qilingan "Tavsiya qilinuvchi korporativ boshqaruv kodeksi";

- Malayziya Oliy moliya qo'mitasi tomonidan 1999 yilda taqdim etilgan "Korporativ boshqaruv kodeksi";

- Gonkong fond birjasi tomonidan 1989 yilda (keyinchalik to'ldirilgan) taqdim etilgan "Eng afzal amaliyot kodeksi va umumjamoa kompaniyalarning direktorlari uchun tavsiyalari";

- Meksika tadbirkorlik muvofiqlashtirish kengashining Korporativ boshqaruv bo'yicha qo'mitasi 1999 yilda taqdim qilgan "Eng afzal amaliyot kodeksi";

- Janubiy Afrika Respublikasi (JAR) Tadbirkorlik palatasi va Yoxannesburg fond birjasi qo'llab-quvvatlashida JAR Direktorlar instituti tomonidan 1994 yilda taqdim etilgan "Korporativ amaliyot va munosabatlar kodeksi".



7.2-rasm. Korporativ tartibga solish (korporativ huquq)

Yuqoridagi korporativ boshqaruv institutlari tomonidan korporativ munosabatlar kurib o'tilganidan so'ng korporativ boshqaruvni amalga oshirish uchun takliflar tizimi ishlab chiqildi. Buni biz qo'yidagi jadvlda kurishimiz mumkin:

7.1-jadval

Korporativ boshqaruv dasturini amalga oshirish bo'yicha takliflar tizimi

Respublika miqiyosida	Hududiy darajada	Korxona darajasida
Korporativ boshqaruv kodeksini ishlab chiqish va qabul qilish; Qonunlarga va me'yoriy hujjatlarga kerakli aniqliklar va qo'shimchalar kiritish; Qonun chiqaruvchi, ijroiya va sud organlari bilan ishlash; Korporativ boshqaruv sohasida ishlayotgan xorijiy tashkilotlar bilan hamkorlik; Korporativ boshqaruv kodeksini amalga oshirish bo'yicha maslahat firmalari bilan amaliy ishlash tartibini ishlab chiqish; Respublika miqiyosida axborot tashviqot ishlari.	Korporativ boshqaruv kodeksini hududlar darajasida amalga oshirish; Qonunlarga va me'yoriy hujjatlarga aniqliklar va qo'shimchalar kiritish; Hududiy darajada korporativ madaniyatni shakllantirish bo'yicha axborot - tashviqot ishlari; "Muvaffaqiyat namunasi" bo'la oladigan asosiy (tayanch) korporatsiyalarni aniqlash va shakllantirish; Hududiy o'qituv muassasalari va maslahat firmalariga maslahatlar berish.	Korporativ boshqaruv kodeksini amaliyotda joriy qilish va doimiy monitoring yuritish; Aksiyadorlar va investorlar korporativ madaniyatini shakllantirish; "Muvaffaqiyat namunasi" bo'lgan korporatsiyalar tajribasini turli tarmoq va sohalarga mansub korporatsiyalarda qo'llash.

Agarda ushbu institutlar tomonidan berilgan takliflar amaliyotga joriy etilsa, kompaniyalarda korporativ boshqaruv tizimini rivojlantirish va takomillashtirish uchun imkon yaratilgan bular edi.

8-mavzu: Sportda korporativ boshqaruv organlari

Reja:

1. Korporativ boshqaruv organlarining mohiyati va zarurligi
2. Korporativ xulq - atvor kodeksi

Korporativ boshqaruv organlarining mohiyati va zarurligi

O'zbekiston respublikasida 1996 yil 26 apreldagi N 223-I sonli "Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida" qonunida ko'rsatilganidek, aksiyadorlik jamiyatlarining korporativ boshqaruv organlariga qo'yidagilar kiradi:

- Aksiyadorlar umumiy yig'ilishi;
- Kuzatuv kengashi (Direktorlar kengashi);
- Ijroiya organi.

Aksiyadorlarning umumiy yig'ilishi jamiyatni boshqarishning oliy organidir. Jamiyat har yili aksiyadorlarning umumiy yig'ilishini (aksiyadorlarning umumiy hisobot yig'ilishini) o'tkazishi shart.

Aksiyadorlarning umumiy yig'ilishi o'tkaziladigan sana va uni o'tkazish tartibi, yig'ilish o'tkazilishi haqida aksiyadorlarga xabar berish tartibi, aksiyadorlarning umumiy yig'ilishini o'tkazishga tayyorgarlik vaqtida aksiyadorlarga beriladigan materiallar (axborotlar) ro'yxatini jamiyatning kuzatuv kengashi belgilaydi.

Umumiy yig'ilishga tayyorgarlik ko'rishda va uni o'tkazishda ko'p uchraydigan xatolar:

- Amaliyotda umumiy yig'ilishning o'tkazilishi haqidagi xabarni aksiyadorlarga etkazish bo'yicha minimal talablarga rioya qilinmaydi;
- Umumiy yig'ilishni chaqirishda tartibot muddatlari buzilmoqda. Masalan, me'yoriy talablarni buzmasdan yillik umumiy yig'ilishni 10 martgacha o'tkazish juda qiyin;
- Umumiy yig'ilishni chaqirishda aksiyadorlarga tanishish uchun beriladigan axborot(material) ro'yxatining to'liq bo'lmasligi.
- Umumiy yig'ilish kun tartibidagi masalalarning noaniq ifodalanishi va bir masala doirasida turli yo'nalishdagi muammolar bo'yicha ovozga qo'yish, hamda kun tartibiga "har xil masalalar" kiritilishi.

Aksiyadorlik jamiyatlari umumiy yig'ilishini chaqirishdagi, tayyorgarlik ko'rishdagi, o'tkazishdagi, ovozlarni hisoblashdagi xato va qonun buzilishlar jamiyatda korporativ boshqaruvning samaradorligini pasaytiradi, chunki:

- Aksiyadorlik jamiyatlari boshqaruv organlari ustidan aksiyadorlarning nazorati susayadi;

- Ijroiya organi samaradorligi pasayadi, uning aksiyadorlar manfaatlariga zid harakat qilishining ehtimolligi oshadi;

- Kuzatuv kengashi va Taftish komissiyasining faoliyati “xo‘ja ko‘rsin”ga olib boriladi.

Kuzatuv kengashining vakolatlari quyidagicha tartibda amalga oshiriladi:

1. Umumiy yig‘ilish yoki Ijro etuvchi organga hal qilish uchun berilishi mumkin bo‘lmagan va faqat Kuzatuv kengashi vakolatiga kiradigan masalalar, jamiyat Ustavida faqat Kuzatuv kengashi vakolatiga kiruvchi masalalar deb belgilanishi kerak;

2. Kuzatuv kengashi vakolatiga kiritilgan masala Umumiy yig‘ilish mutlaq vakolatiga tegishli bo‘lsa, Ustavda ushbu masalani faqat Kuzatuv kengashi vakolatiga taaluqli qilib belgilash mumkin;

3. Umumiy yig‘ilishning umumiy vakolatiga qarashli masalalar, Jamiyat Ustavida Umumiy yig‘ilish yoki Kuzatuv kengashi yoki Ijro etuvchi organ vakolatiga doir qilib belgilanishi mumkin;

4. Taftish komissiyasi tomonidan jamiyatning moliyaviy - xo‘jalik faoliyatini taftish qilish haqidagi qaror qabul qilish to‘g‘risidagi masala, Ustavda ham Umumiy yig‘ilish, ham Kuzatuv kengashi va Taftish komissiyasi vakolatiga kiritilishi kerak;

5. Umumiy yig‘ilish kun tartibini shakllantirish bo‘yicha tashabbuslar bilan bog‘liq masalalar.

Kuzatuv kengashi vakolatlaridan samarali foydalanish uchun quyidagilarga amal qilish lozim:

1. Umumiy yig‘ilish va Kuzatuv kengashi qarorlarining bajarilishini kuzatib borish;

2. Kuzatuv kengashiga aksiyadorlarning murojaatlari bo‘yicha muvofiq teskari aloqani ta‘minlash;

3. Biznes - rejani tuzish va amalga oshirishda Kuzatuv kengashi va Ijroiya organining solidar (birgalikda) javobgarligi;

4. Aksiyadorlarning dividendlar bo‘yicha “umidlarini” va ishlab chiqarishning qayta investitsiya qilinishiga ehtiyojlarini hisobga oladigan mo‘‘tadil dividend siyosati;

5. AJ asosiy faoliyatiga mansub bo‘lmagan, mulklarni sotib olish va begonallashtirish, bitimlar hamda zahira va boshqa fondlarni ishlatilish ustidan Kuzatuv kengashining nazorati;

6. Ijroiya organi bilan yollash bo‘yicha mehnat shartnomasi doirasida qat’iy o‘zaro munosabatlarni yuritish.

Kuzatuv kengashining roli va vazifalarini qo‘yidagilarda kurish mumkin: Kengashning vazifasiga aksiyadorlar nomidan Jamiyat faoliyatiga rahbarlik

qilish va uning oliy menejerlari (Boshqaruv, Bosh direktor) faoliyatini nazorat qilish kiradi.

Kengash faoliyatining asosiy jabhalari:

- aksiyadorlik jamiyatlari strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish;
- risklarni boshqarish tizimining yaratilishini ta'minlash;
- jamiyatning joriy moliyaviy - xo'jalik faoliyati;
- aksiyadorlik jamiyatlari ijroiya organi (oliy menejerlar)ning ishlashini

kuzatish;

- Kengash va uning alohida a'zolarining ishini yo'lga qo'yish;
- kompaniya faoliyati haqida axborotni tayyorlash va oshkor qilish;
- inqirozning oldini olishga qaratilgan boshqaruv;
- nomzodlarni ko'rsatish;
- nomzod ko'rsatishda cheklanishlar;
- nomzod ko'rsatish muddatlari;
- son tarkibi;
- nomzodlar bo'yicha talabnomalarni berish tartibi va shakli;
- talabnomalarni ko'rib chiqish tartibi.

Kuzatuv kengash a'zolariga nomzodlarga qo'yiladigan talablar:

- qonunchilikda o'rnatilgan cheklanishlar;
- alohida aksiyadorlik jamiyatlarida Kuzatuv kengashiga saylanadigan

shaxslarga maxsus talablar.

Korporativ xulq - atvor kodeksi

Korporativ xulq - atvor kodeksida direktorlar Kengashi tarkibiga Mustaqil Direktor kiritish tavsiya etiladi. Kodeksda jamiyat direktorlar Kengashi a'zosining majburiyatlarni ijro etish etti yillik muddati tugagandan so'ng Mustaqil Direktor mustaqil sifatida ko'rib chiqilishi mumkin emasligi belgilab qo'yilgan.

Korporativ xulq - atvor kodeksida, shuningdek, direktorlar kengashi (DK) tarkibida direktorlar kengashi vakolatlari doirasiga kiradigan eng muhim masalalarni dastlabki ko'rib chiqish uchun maxsus qo'mitalar tashkil qilish tavsiya etiladi:

1. Strategik rejalashtirish bo'yicha qo'mita uzoq muddatli istiqbolda jamiyat samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

2. Audit bo'yicha qo'mita (jamiyatning moliya - xo'jalik faoliyati ustidan DK nazoratini ta'minlaydi).

3. Mukofotlash va kadrlar bo'yicha qo'mita (jamiyatni boshqarishga yuqori malakali mutaxassislar jalb qilishga va ularning muvaffaqiyatli ishlashi uchun zarur choralar yaratishga xizmat qiladi).

4. Korporativ nizolarni tartibga solish bo'yicha qo'mita (AJ ishtirokida korporativ nizolarning oldini olish va samarali hal etishga xizmat qiladi).

5. Etika bo'yicha qo'mita (jamiyatning ahloqiy me'yorlarga rioya qilishi va jamiyatda ishonch asosidagi munosabatlar shakllantirishga xizmat qiladi). DK samarali ishlashi – kompaniyalar investition jalb etuvchanligini oshirish, ularning aksiyadorlik qiymatini o'stirishning muhim omili, DKning o'zi esa – korporativ boshqaruv sifatli tizimining bosh elementi hisoblanadi. Boshqarma vakolatlari qonunchilikda belgilab berilmagan, biroq qonunda boshqarma vakolatlari jamiyat nizomi tomonidan belgilanishi ko'rsatilgan. Korporativ xulq - atvor kodeksi boshqarma vakolatlari doirasiga quyidagilarni kiritishni tavsiya etadi: faoliyatning ustuvor yo'nalishlari va moliya - xo'jalik rejasini ishlab chiqishni tashkil qilish, jamiyatning ijroiya organlari vakolatlariga kiritilgan ichki hujjatlarini tasdiqlash.

Qonunda jamiyatning ijroiya organlari majburiyatlari yo'q, lekin unda bosh direktor va boshqarma a'zolarining huquq va majburiyatlari jamiyat bilan ularning har biri tuzgan shartnomaga ko'ra belgilanishi ko'rsatilgan. Kodeksda ijroiya organlari har oy direktorlari Kengashi oldida o'z faoliyati haqida hisobot berishi tavsiya etilgan.

Kompaniya Kodekslari nima uchun kerak?

- korxonaning e'lon qilingan qadriyatlari – maqsadlari va vazifalari bilan kompaniya faoliyatini tartibga soladigan qoidalar orasida ko'prik vazifasini bajaradi;

- tashkilotning maqsadlari va tasavvurlariga aniqlik kiritadi, qoidalar bilan konseptual bog'lanishni ta'minlaydi;

- barcha xodimlar uchun muhim qo'llanma va madaniyat institutini rivojlantirishda ilhom baxsh kuchdir;

- o'rnatilgan qadriyatlar va andozalarni tushuntirishda muhim vosita;

- tadbirkorlik mas'uliyatini oshirish va korporativ rahbariyatni yaxshilashda samarali vosita.

9-mavzu: Sportdagi korporativ boshqaruvda axborot va kommunikatsiya

REJA:

1. Kompaniya to'g'risidagi axborotlarning oshkora qilinishi
2. Korporatsiyalarda moliyaviy axborotlardan foydalanuvchilar manfaatlari va hisobot shakllarini yuritishdagi asosiy talablar

Kompaniya to'g'risidagi axborotlarning oshkora qilinishi

Axborotlarni boshqaruv - bu kompaniyaning ma'lum darajadagi qaror qabul qilish demakdir. Bugungi kunda hayotimizni kompyuter texnikasi, axborot texnologiyalari, Internet, mobil telefon aloqasisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Kommunikatsiya tizimlarini rivojlantirish haqida gapirganda, yuqori texnologik telekommunikatsiya tarmog'ini rivojlantirish biz uchun muhim strategik ahamiyatga ega ekanini alohida qayd etish darkor. Bu yo'nalishda 2009 yilda 12 ta investitsiya loyihasini amalga oshirish boshlandi.

Zamonaviy texnologiyalar bazasida "Toshkent-Buxoro" magistral aloqa liniyasi kengaytirildi. Bu liniya kanallarning o'tkazuvchanlik qobiliyatini 60 barobarga oshirish va shu tariqa videotelefon, Internet va boshqa keng tarmoqli xizmatlar ko'rsatish imkonini berdi.

Umuman bu ikki tarifdan shuni kurishimiz mumkinki, boshqarish oldindan ko'ra bilish xisoblanadi uning uchun zaruriy axborotlarga ega bulish lozim. Bunday axborotlarning asosiy manbalari esa buxgalteriya hisobi va uning hisobotlar tizimi xisoblanadi.

Kompaniyalarda moliyaviy axborotlar samaradorligini boshqaruv qarorlari qabul qilishda foydalaniladigan axborotlar tizimi orqali aniqlanadi. Kompaniyalar faoliyatini boshqarishda axboorotlarning asosiy manbalari bevosita kompaniyalar iqtisodiy faoliyatini tartiblashtiruvchi buxgalteriya va moliyaviy xisobotlar tizimi xisoblanadi. Xozirgi sharoitda iqtisodiyotning turli tarmoqlarida faoliyat yurituvchi kompaniyalar iqtisodiy faoliyati natijalaridan davlat bilan birgalikda boshqa iqtisodiy sub'ektlar ham manfaatdor hisoblanadi. Shuning uchun ham iqtisodiy faoliyat, xususan, ishlab chiqarish faoliyati natijalarini o'zida aks ettiruvchi moliyaviy axborotlarni shakllantirish muxim iqtisodiy ahamiyat kasb etadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida moliyaviy xisobotlardan axborotlar sifatida ichki foydalanuvchilar kompaniyalarning boshqaruv xodimlari xisoblanadi. Ularning funktsional vazifalariga bevosita kompaniyaning rentabelligini oshirishga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, o'zgaruvchan va o'zgarmas harajatlarning mahsulot tannarxidagi salmog'ini aniqlash, moliyaviy hisobotlarning turli koeffistentlari: likvidlilik, kapitallar tarkiblari, ishbilarmon faollik, rentabellik, bozor faolligi va shu kabi kursatkilari tizimini boshqaruv va moliyaviy qarorlar qabul qilish uchun zaruriy axborot manbalari kiradi.

**Bozor iqtisodiyoti sharoitida korporatsiyalarda axborotlardan
foydalanuvchilar**

	Ichki foydalanuvchilar	Tashqi foydalanuvchilar
Bozor iqtisodiyoti	Boshqaruv xodimlari	Aktsionerlar va boshqa mulkdorlar; kreditorlar, mol etkazib beruvchilar, sotib oluvchilar va davlat organlari
Ma'muriy buyruq bozlik asosidagi iqtisodiyot	Kompaniya rahbariyati	Davlat, vazirliklar, statistika va solik organlari, boshqa davlat organlari

Moliyaviy xisobotlardan axborotlar manbai sifatida tashqi foydalanuvchilar o'z navbatida ikki guruhga ajratiladi: kompaniya faoliyatidan manfaatdor foydalanuvchi va ma'lum faoliyat maqsadlaridan foydalanuvchilar.

Birinchi guruh foydalanuvchilariga kompaniyaning potentsial mulkdorlari, moliyaviy hisobotlaridan kredit taqdim etish va uni muddatini o'zaytirishning maqsadga muvofiqligini baholash uchun potentsial kreditorlar kiritiladi, mazkur mijozlar bilan ishbilormon aloqalar ishonchliligini aniqlovchi etkazib beruvchi va sotib oluvchilar, soliq tulovlar intizomini tug'riligi, moliyaviy xisobotlarining tug'ri to'zilishini tekshirish uchun davlat ham moliyaviy tashqi foydalanuvchilar qatoriga kiritiladi.

Ikkinchi guruh foydalanuvchilari–birinchi guruh foydalanuvchilari manfaatlarining himoyasi uchun zaruriy bulgan hisobotlarni o'rganuvchi yuridik va jismoniy shaxslardir. Bularga:

-investorlar manfaatlarini ximoya qilish maqsadida hisob va hisobotning umumiy qoidalari va qonunchiligiga tekshirilaetgan kompaniya hisobotlarini muvofiqligini tekshiruvchi auditorlik xizmatlar.

-o'zlarining mijozlariga kapitallarni samarali joylash bo'yicha maslahatlarni ishlab chiqish maqsadida moliyaviy xisobotlardan axborotlar sifatida foydalanuvchi moliyaviy maslahatlar bo'yicha maslahatchilar;

Shuningdek, kompaniyalar axborotlarni oshkora qilish tizimi quyidagilarni nazarda tutadi:

-O'zbekiston kompaniyalari ish amaliyotiga xalqaro moliyaviy hisob va hisobot andozalarini joriy qilish;

-Axborotlarni berishdan bosh tortgan yoki noto'g'ri axborotlarni taqdim qilgan kompaniya rahbarlariga ko'riladigan choralarni kuchaytirish;

-Moliyaviy va nomoliyaviy axborotlarni oshkor qilishning aniq tartibini o'rnatish;

-Yagona axborot tizimini yaratish. Unda emitentlarning hisobotlari yig'iladi va tartiblashtiriladi va barchaga teng huquqli, o'z vaqtida va katta xarajatlarsiz undan axborotlarni olish imkoniyati beriladi;

-Investorlar uchun ahamiyatli axborotlar mezonlarini takomillashtirish;

-Ixtisoslashtirilgan nashrlar, reyting agentliklari, axborotni oshkora qilish mustaqil markazlariga axborot yordamini berish.

- aksiyadorlik jamiyatining yillik hisoboti;

- yillik buxgalterlik balans va moliyaviy natijalar haqida hisobot;

- aksiyadorlar umumiy yig'ilishining o'tkazilishi haqida xabar;

- egalikdagi aksiyalar soni va turlari ko'rsatilgan holda aksiyadorlik jamiyatining affillangan shaxslari ro'yxati.

Aksiyadorlar Umumiy Yig'ilishiga tayyorgarlik ko'rish davomida aksiyadorlarga berilishi lozim bo'lgan hujjatlar (materiallar) ro'yxati:

1. Yillik buxgalteriya xisoboti;

2. Jamiyat yillik buxgalteriya hisobotini tekshirish bo'yicha Taftish komissiyasining (Taftishchining) xulosasi;

3. Yillik buxgalteriya xisobotini tekshirish natijalari bo'yicha Jamiyat auditorining xulosasi;

4. Yillik moliyaviy - xo'jalik xisobotini tekshirish bo'yicha aksiyadorlik jamiyati taftish komissiyasining (Taftishchining) xulosasi;

5. Quyidagi organlar a'zolariga nomzodlar haqida ma'lumotlar:

- Jamiyat Kuzatuv kengashiga;

- Jamiyat Taftish komissiyasiga (Taftishchilikka);

- Jamiyat Ijroiya organiga;

- Jamiyat hisob komissiyasiga;

6. Jamiyat Ustaviga kiritiladigan o'zgartirish va qo'shimchalar yoki Jamiyat Ustavining yangi tahrirdagi loyihasi.

7. Jamiyat boshqaruv organlari faoliyatini tartibga soluvchi ichki hujjatlar loyihalari.

8. Aksiyadorlar Umumiy yig'ilishi qarorlarining loyihasi quyidagi masalalarni tasdiqlash bo'yicha tayyorlanadi:

- Jamiyat yillik hisoboti;

- Yil yakuniga ko'ra sof foydani taqsimlash va dividendlar berish;

- Kuzatuv kengashi a'zolariga beriladigan taqdirlash puli miqdori va kengash faoliyatiga doir xarajatlarni qoplash;

- Jamiyat auditori.

9. Jamiyat Ustavida nazarda tutilgan boshqa axborotlar.

Aksiyador tanishish huquqiga ega bo'lgan hujjatlar va materiallar ro'yxati:

1. Jamiyatni tashkil qilish haqida qaror.

2. Jamiyat Ustavi hamda unga kiritilgan o'zgartirishlar va qo'shimchalar;
3. Jamiyatning davlat ro'yxatidan o'tganligi haqida guvohnoma;
4. Jamiyat balansida turgan mulklarni tasdiqlaydigan hujjatlar;
5. Aksiyadorlar Umumiy Yig'ilishi yoki boshqa boshqaruv organi tomonidan tasdiqlanadigan hujjatlar;
6. Jamiyat filiali yoki vakolatxonasi haqida Nizom;
7. Yillik moliyaviy hisobot;
8. Emissiya prospekti;
9. Tegishli organlarga topshiriladigan moliyaviy hisobot hujjatlari;
10. Aksiyadorlar Umumiy Yig'ilishi, Kuzatuv kengashi va Taftish komissiyasi majlislarining bayonnomalari;
11. Jamiyatning affillangan shaxslari ro'yxati;
12. Jamiyat Taftish komissiyasi, auditorlik tashkiloti va davlat moliyaviy nazorat organlarining xulosalari;
13. Jamiyat Ustavi, jamiyat boshqaruv organlari qarorlari, shuningdek qonunchilikda nazarda tutilgan boshqa hujjatlar.

Ichki nazorat moliyaviy hisobotning ishonarliligi, faoliyatning samaradorligi va qonun hamda me'yoriy hujjatlarga muvofiqligi masalalari bo'yicha korxonaning maqsadlariga erishishga nisbatan shubhasiz komil ishonch hosil qilish uchun korxonaga rahbarlik qilishga javobgar shaxslar tomonidan ishlab chiqiladi va amalga oshiriladi.

Ichki nazorat tizimi quyidagilarni ta'minlashi kerak:

- Rahbariyat siyosatiga (strategiyasiga) amal qilinishi;
- Mulkning va axborotlarning asralishi;
- Axborotlarning o'z vaqtidaligi va ishonchligi;
- Qonunchilik talablarining bajarilishi.

Insayderlik amallar. Bu shunday amallarki, ular natijasida muhim voqealar va faktlar haqidagi konfidenstial xususiyatiga ega bo'lgan axborotlarni biluvchi xodimlar o'z bilimlarini fond bozorida foyda topish yoki zarardan qochish maqsadida ishlatishi orqali aksiyalarni sotib olayotgan va sotayotgan hamda insayderlik axborotlarni bilishda ustunlikka ega bo'lmagan oddiy investorlarga zarar keltiriladi.

Korporatsiyalarda moliyaviy axborotlardan foydalanuvchilar manfaatlari va xisobot shakllarini yuritishdagi asosiy talablar

Tadbirkorlik sub'ektlarining rivojlanishi va taraqqiyotini samarali tashkil etishda eng muhim tarkibiy qismlardan b o'lmish moliyaviy axborot tuzish, taqdim etish va ulardan foydalanish alohida ahamiyatga ega. Moliyaviy axborotlar korxona ayniqsa, bozor iqtisodiyoti sharoitida o'z oldiga q o'ygan maqsadlariga

erishishida va moliyaviy faoliyati natijalarini baholash, taqlil etish hamda moliyaviy boshqaruv tizimi boshqaruvi va investitsion faoliyat b o'yicha qarorlarni ishlab chiqishda tuziladigan axborotlarni o'z ichiga oladi. Kompaniya belgilangan maqsadlariga erishishi davomida:

- o'tgan hisobot davridagi moliyaviy-x o'jalik faoliyat natijalarini, tahlil qilishlari va baholashlari;

- ichki va tashqi foydalanuvchilar uchun o'zining moliyaviy-xo'jalik faoliyati natijalarini umumlashtirilgan ma'lumotlarni yigib aks ettiruvchi bir tizimga keltirgan holda yigib taqdim qilishi kerak.

O'zbekiston Respublikasining «Buxgalteriya hisobi to'g'risida»gi qonuniga va Moliya vazirligining 2002 yil 27 dekabrda 140-sonli buyrugiga ko'ra moliyaviy axborotlar shakllari tarkibi tasdiqlangan.

Bozor sharoitida korxonalar o'z tasarrufidagi barcha resurslarni moliyaviy, moddiy va pul resurslari harakati hamda ulardan samarali foydalanish jarayonini boshqarishida moliyaviy axborotlar muhim o'rin tutadi. Shunday ekan, kichik tabirkorlik sub'ektlari yillik moliyaviy axborotlari tarkibida «Pul oqimlari to'g'risida»gi hisobotni ham tuzishlari tavsiya etiladi. Unda korxonalarning pul mablag'lari aylanishi va ulardan samarali foydalanish imkoniyatlari ko'rsatiladi. Korxonalar moliyaviy ma'lumotlardan foydalangan holda o'z moliyaviy faoliyatlariga aniq baho berishlari va bu ma'lumotlarni buxgalteriya axborotlarida aks ettirishlari muhim vazifalardan sanaladi. Korxona balansi uning ma'lum davrdagi mablag'lari va bu mablag'larning manbalari holatini ko'rsatadi. Buxgalteriya balansi hisobot davri boshi va ohirida korxonaga tegishli b o'lgan mulkning mavjudligi va harakatini aks ettiradi. Buxgalteriya balansi aktiv va passiv qismlardan iborat bo'ladi. Aktiv qismida korxona mablag'larining turlari va joylanishi, passiv qismida esa, bu mablag'larning tashkil topish manbalari va tayinlanishi aks etiriladi. Korxona aktivlari va passivlarining o'zgarishi mablag'lar hamda ularning tashkil topish manbalari oshishi yoki kamayishiga olib keladi. Balansning aktiv qismi uzoq muddatli aktivlar va aylanma aktivlarni o'z ichiga oladi.

Uzoq muddatli aktivlarga korxonaga tegishli asosiy vositalar, ya'ni, hizmat muddati bir yildan ortiq va bir donasi (komplekti)ning bahosi sotib olish sanasida O'zbekiston Respublikasida belgilangan eng kam oylik ish haqining ellik baravaridan ortiq b o'lgan aktivlar kiradi. Korxona rahbari tomonidan eng kam miqdor belgilanishi mumkin. Nomoddiy aktivlarga korxonaga daromad keltiruvchi yoki uning ishlab chiqarishini yuritishga shart-sharoit yaratuvchi, moddiy ko'rinishga ega b o'lmagan patent, mualliflik huquqi, savdo markalari, dasturiy ta'minot va boshqalar kiradi.

Korxonaning uzoq muddatli aktivlari bundan tashqari, o'rnatiladigan asbob-uskunalar, moliyaviy investitsiyalar, kapital qo'yilmalar, o'zoq muddatli debitorlik qarzlarini ham o'z ichiga oladi.

Joriy aktivlarga korxona mablag'larining operatsion sikli yoki bir yil davomida t o'liq ishlatiladigan aktivlar kiritiladi. Balansning aktiv qismi joriy aktivlari korxona moliyaviy qarorlarini qabul qilishida umumlashtirilib qo'yidagicha tarkibda keltiriladi:

- pul mablag'lari;

- qisqa muddatli moliyaviy qo'yilmalar; debitorlik qarzlar; tovar-moddiy zahiralari; kelgusi davr harajatlari.

Korxona aktivlari tarkibidagi pul mablag'lari asosiy va yuqori likvidli mablag'lar tarkibiga kiradi. Bunday mablag'larga hisob-kitob, valyuta raqami, bankdagi mahsus schetlar va kassadagi pul mablag'lari tushuniladi. Ular korxonada birlamchi to'lov vositasi hisoblanadi.

Balansning passiv qismida korxona mablag'larining tashkil topish manbalari aks ettiriladi. Bu qism mablag'larning manbalari va majburiyatlar bo'limlariga ajratiladi.

Balans passiv qismining o'z mablag'lari manbalari bo'limiga ustav kapitali, qo'shilgan kapital, rezerv kapital, taqsimlanmagan foyda (qoplanmagan zarar), maqsadli tushumlar, kelgusi davr harajatlari va t o'lovlari uchun rezervlar kiradi. Balans passiv qismining majburiyatlar bo'limida uzoq muddatli va joriy majburiyatlar, byudjetga to'lovlar bo'yicha qarzlar, mol etkazib beruvchilarga qarzlar va boshqalar aks ettiriladi.

Korxona balansini o'rganishda asosiy e'tibor yil boshida o'tgan davrda mulk va mablag'lar qanchalik o'zgarganligi hamda aktivdagi har bir band passivdagi manbalarni qanchalik ta'minlanganligiga qaratiladi.

Balansning passiv qismi ham aynan aktivlar kabi mablag'lar harakatiga ko'ra, qarzlarni qaytarish muddatiga qarab, qo'yidagi guruhlariga ajratiladi:

- Qisqa muddatli passivlar;

- uzoq muddatli passivlar;

- doimiy passivlar.

Qisqa muddatli majburiyatlar – aylanma aktivlar hisobidan qoplanadigan qisqa muddatli yangi majburiyatlarning shakllanishi natijasida uziladigan majburiyatlardir. Qisqa muddatli majburiyatlar tarkibiga boshqa tashkilotlardan bir yilgacha b o'lgan muddatga olingan kreditorlik qarzlar va bankning qisqa muddatli kreditlari kiradi.

10-mavzu: Mas'uliyati cheklangan jamiyatni shakllantirish va boshqarish xususiyatlari

Reja:

1. Mas'uliyati cheklangan jamiyatlarning mohiyati va zarurligi
2. Jamiyat ustav fondi
3. Jamiyatni boshqaruv organlari

Mas'uliyati cheklangan jamiyatlari mohiyati va zarurligi

Mas'uliyati cheklangan jamiyat (MChJ) deb bir yoki bir necha shaxslar tomonidan ta'sis etilgan, ustav fondi ta'sis xujjatlari bilan belgilangan miqdorda ulushlarga bo'lingan xo'jalik jamiyati tan olinadi. Mas'uliyati cheklangan jamiyatning ishtirokchilari uning majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar va o'z ulushlari qiymati doirasida jamiyat faoliyati bilan bog'liq ziyon ko'rish tavakkalchiligini o'z zimmalariga oladilar.

MChJ va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatning (QMJ) tuzilish va faoliyat ko'rsatish huquqiy asoslari O'zbekiston Respublikasi Oliy majlisi tomonidan 2001 yil 6 dekabrda qabul qilingan yagona "Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar to'g'risida"gi Qonun bilan tartibga solinadi.

MChJ va QMJning yagona farqi shundaki, QMJ ishtirokchilari jamiyat ta'sis hujjatlarida belgilangan miqdor darajasida ulushlariga mutanosib jamiyatning majburiyatlari bo'yicha o'z mulklari bilan solidar ravishda subsidar javobgardirlar. QMJ ishtirokchilari javobgarligining chegaraviy miqdori jamiyat ustavida aniqlanadi. Shuning uchun, agar alohida boshqacha ta'riflangan bo'lmasa quyida MChJ uchun bayon etilganlarning hammasi QMJga ham taaluqlidir (bundan keyin - jamiyat).

Jamiyat ta'sischilari (ishtirokchilari), ularning huquqlari va majburiyatlari kurib o'tamiz.

Huquqiy va jismoniy shaxslar jamiyatning ishtirokchilari bo'lishi mumkin. Bunda, davlat hokimiyat va boshqaruv organlari jamiyat ishtirokchilari bo'lishlari mumkin emas, biroq davlat korxonasining hususiy lashtirilishi natijasida jamiyatning tuzilishi yoki qonunchilikda nazarda tutilgan boshqa hollar bundan istisno.

Jamiyat uning yagona ishtirokchisi bo'lib qoladigan bir shaxs tomonidan ta'sis qilinishi mumkin. Bu holda jamiyatning yagona ishtirokchisi bo'lib yagona ishtirokchi tomonidan tuzilgan boshqa xo'jalik jamiyati (misol uchun, aksiyadorlik) bo'lishi mumkin emas. Jamiyat ishtirokchilarining soni ellik shaxsdan ortiq bo'lishi mumkin emas. Yollanma ishchi xodimlarning soni qonun bilan chegaralanmagan bo'lib ixtiyoriy bo'lishi mumkin. Ta'sischilar tomonidan tasdiqlanadigan jamiyat ta'sis shartnomasi va ustavi jamiyatning ta'sis hujjatlaridir,

jamiyatni yagona shaxs ta'sis qilgan hollar bundan mustasno. U holda yagona ta'sischi tasdiqlagan ustav jamiyat ta'sis hujjati hisoblanadi. Jamiyat ishtirokchilari jamiyat faoliyatini boshqarishda qatnashish, uning faoliyati haqida ma'lumot olish, jamiyatning bir yoki bir necha ishtirokchisiga ustav fondidagi o'z ulushini sotish yoki boshqa tarzda o'tkazish, istalgan vaqtda boshqa ishtirokchilarning roziligisiz jamiyatdan chiqish, jamiyat tugatilganda uning kreditorlari bilan hisoblashishlar tugatilgandan keyin qolgan mulkning bir qismini olishga haqlidir. Birgalikda jamiyat ustav fondining kamida o'n foizi ulushiga ega bo'lgan ishtirokchilar sud orqali o'z vazifalarini qo'pol ravishda buzayotgan yoki o'z harakatlari (harakatsizligi) bilan jamiyatning faoliyat yuritishiga imkon bermayotgan yoki sezilarli darajaga to'sqinlik qiladigan ishtirokchini jamiyat tarkibidan chiqarilishini talab qilishga haqlidirlar.

Jamiyat ishtirokchilari ta'sis hujjatlarida nazarda tutilgan tartibda, hajmlarda va muddatlarda o'z ulushlarini kiritishga, jamiyat faoliyatiga doir tijorat sirlarini oshkora qilmaslikka javobgardir. Jamiyat ishtirokchilari qonunchilikda va ta'sis hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa huquq va majburiyatlarga ega bo'lishi mumkin.

Jamiyat ustav fondi

Jamiyat ustav fondi ishtirokchilar ulushining nominal qiymatidan tashkil topadi. Uning kattaligi davlat ro'yxatidan o'tish uchun hujjatlarni taqdim etish kunida qonunchilik bo'yicha belgilangan eng kam ish haqining ellik barobaridan kam bo'lmasligi kerak. Bunday ustav fondni bitta yoki 2-3 kichik biznes sub'ektlari tomonidan shakllantirish oson va odatda MChJlar ana shunday tuzilmoqda.

Ishtirokchining jamiyat ustav fondidagi ulushining hajmi foiz yoki kasr son hisobida belgilanadi. Ishtirokchi ulushining kattaligi ulush nominal qiymatining ustav fondi hajmi nisbatiga teng bo'lishi shart. Masalan, ustav fondi hajmi 600 ming sum, ishtirokchilar ulushining nominal qiymati quyidagicha: Akramov M.V. - 96,6 ming sum, Ergashev B.D. - 240,4 ming sum, Tarasov V.I. - 263,0 ming sum. Mos ravishda, ularning ulushi ham 16,10%, 40,07%, 43,83% ga teng bo'ladi. Jamiyat ta'sis etilayotganida va jamiyatning sof aktivlari ustav fondining hajmiga to'g'ri kelgan kam sodir bo'ladigan boshqa hollardagina ishtirokchi ulushining haqiqiy qiymati uning nominal qiymatiga teng bo'ladi. Qolgan boshqa hollarda ishtirokchi ulushining haqiqiy qiymati uning ulushi hajmiga proporsional bo'lgan jamiyatning sof aktivlari qiymatining qismiga teng bo'ladi. Jamiyat ustavida ishtirokchining maksimal ulushi hamda ishtirokchilar ulushi nisbatining o'zgartirish imkoniyati chegaralangan bo'lishi mumkin. Jamiyat tomonidan

ishtirokchiga beriladigan guvohnoma jamiyat ishtirokchisi tomonidan ulushning to'liq to'lanishi haqida guvohlik beradi.

Jamiyatning har bir ishtirokchisi o'z ulushining egasi hisoblanadi va o'zining xususiy mulki kabi munosabatda bo'ladi, lekin AJ aksiyalaridan farqli ularoq jamiyat ustavi va qonunda belgilangan cheklovlar inobatga olinadi. Jamiyat ishtirokchisi o'z ulushini yoki uning qismini bir yoki bir necha ishtirokchilarga sotish yoki boshqa tarzda uning (ularning) foydasiga kechish huquqiga ega. Bunday bitimni amalga oshirish uchun jamiyat yoki uning ishtirokchilari roziligi talab qilinmaydi, agarda jamiyat ustavida boshqacha me'yor nazarda tutilmagan bo'lsa.

Agar jamiyat ustavida ta'qiqlangan bo'lmasa, ishtirokchi o'zining ulushini (bir qismini) uchinchi shaxslarga sotishi yoki boshqa tarzda berishi mumkin. Jamiyat ishtirokchilari jamiyat ustav fondidagi ulushiga mutanosib ravishda, ishtirokchining sotilayotgan ulushi (qismi)ni uchinchi shaxslarga taklif qilingan narxlarda sotib olishda ustuvorlik huquqiga ega bo'ladi, agar jamiyat ustavida yoki ishtirokchilarning o'zaro kelishuvida mazkur huquqning amalga oshirilishini boshqacha tartibi nazarda tutilgan bo'lmasa. Agar jamiyatning boshqa ishtirokchilari ulushni (ulush qismini) sotib olish bo'yicha ustuvorlik huquqidan foydalanishdan voz kechsa, ishtirokchi tomonidan sotilayotgan ulushni sotib olishda jamiyat ustuvorlik huquqiga ega bo'ladi. Uchinchi shaxsga o'zining ulushini (ulush qismini) sotmoqchi bo'lgan ishtirokchi sotilish narxi va boshqa shartlari bilan tanishtirgan holda barcha ishtirokchilarga va jamiyatga bu haqda yozma xabarnoma berishi kerak.

MChJda ustav fondidagi ulush jamiyat ishtirokchilari bo'lgan huquqiy shaxslar merosxo'rlariga yoki yuridik shaxslar huquqiy vorislariga o'tadi. Lekin jamiyat ustavida faqat boshqa ishtirokchilarning roziligi bilangina merosxo'r (huquqiy voris) ishtirokchi bo'la olishi qayd qilingan bo'lishi mumkin. Jamiyat ustaviga binoan bunday rozilik olinishi shart bo'lganda u berilmagan bo'lsa ishtirokchining ulushi jamiyatda qoladi. Bunda jamiyat merosxo'rga, qayta tashkil qilingan yuridik shaxs huquqiy vorislariga ulushning haqiqiy qiymatini, sobiq ishtirokchi o'limi, qayta tashkil qilinishi yoki tugatilishi sanasidan oldingi hisobot davridagi jamiyat buxgalteriya hisoboti ma'lumotlari asosida to'lashga yoki ularning roziligi bilan natura ko'rinishida berishga majbur.

Jamiyatni boshqaruv organlari

Jamiyatning oliy boshqaruv organi ishtirokchilar umumiy yig'ilishi bo'lib, unda barcha ishtirokchilar qatnashish huquqiga egadir. Jamiyatning har bir ishtirokchisi ustav fondidagi ulushiga mutanosib ravishda umumiy yig'ilishda ovozlar soniga ega bo'ladi (ayrim holatlar bundan mustasno, masalan kummulyativ

ovoz berishda). 0,01% ulushi ishtirokchiga bir ovoz beradi deb aniqlash qulay bo'lishi mumkin. Bu holda, yuqorida ko'rilgan misol uchun ovozlar soni quyidagicha bo'lishi mumkin: Akramov M.V.da - $(16,10\% \times 1 \text{ ovoz} : 0,01\%)$ 1610 ovoz, Ergashev B.D. - $(40,07\% \times 1 \text{ ovoz} : 0,01\%)$ 4007 ovoz va Tarasov V.I. - $(43,83\% \times 1 \text{ ovoz} : 0,01\%)$ 4383 ovoz.

Eng muhim masalalar belgilangan kattalikda (yig'ilishda qatnashuvchi aksiyadorlar ovozining $\frac{3}{4}$ qismi ko'pchiligi bilan) ko'pchilik ovoz bilan hal qilinadigan AJdan farqli ravishda, MChJda eng muhim masalalar yig'ilishda qatnashuvchilarninggina emas, balki barcha ishtirokchilarning bir ovozdan ma'qullashi bilan hal qilinadi. Ya'ni gap yig'ilishda qatnashayotgan ishtirokchilar haqida emas, aynan barcha ishtirokchilar haqida ketayapti. Ishtirokchilar umumiy yig'ilishi kun tartibini shakllantirish tartibi ham ancha erkin tusga ega. Umumiy yig'ilish navbatdagimi yoki navbatdan tashqarimi, kun tartibini kim shakllantirishidan qat'iy nazar – jamiyatning har qanday ishtirokchisi yig'ilishdan 15 kun oldin kun tartibiga qo'shimcha masalalar kiritishga haqli bo'lib, ular kun tartibiga kiritilishi shart (umumiy yig'ilish vakolatiga kirmagan masalalar bundan istisno).

Yagona ishtirokchisi bo'lgan jamiyatlarda umumiy yig'ilish vakolatiga kirgan masalalar yagona ishtirokchi tomonidan shaxsan qabul qilinadi va yozma shaklda rasmiylashtiriladi. Jamiyat ustavida Kuzatuv kengashi tashkil qilinishi nazarda tutilgan bo'lishi mumkin, ammo bu shart emas. Jamiyatning joriy faoliyatiga rahbarlik yakkaboshchilik ijroiya organi (direktor) yoki kollegial ijroiya organi (boshqaruv, direktsiya) tomonidan amalga oshiriladi. Ijroiya organi jamiyat ishtirokchilari umumiy yig'ilishi tomonidan saylanadi hamda umumiy yig'ilishga va tashkil qilinishi jamiyat ustavida nazarda tutilgan bo'lsa kuzatuv kengashiga hisobot beradi. Jamiyat ustavida taftish komissiyasining tashkil qilinishi (taftishchining saylanishi) nazarda tutilgan bo'lishi mumkin. Ishtirokchilarining soni 15 kishidan oshiq bo'lgan jamiyatlarda taftish komissiyasining tashkil qilinishi (taftishchining saylanishi) majburiydir. Moliya hisobotlarining to'g'riligini, buxgalterlik hisobi yuritilishining tartibi o'rnatilgan talablarga muvofiq kelishini tekshirish uchun umumiy yig'ilish qaroriga binoan qonunchilikda belgilangan tartibda auditorlik tashkiloti jalb qilinadi.

11-mavzu: Sportda korporativ boshqaruvning moliyaviy jihatlar

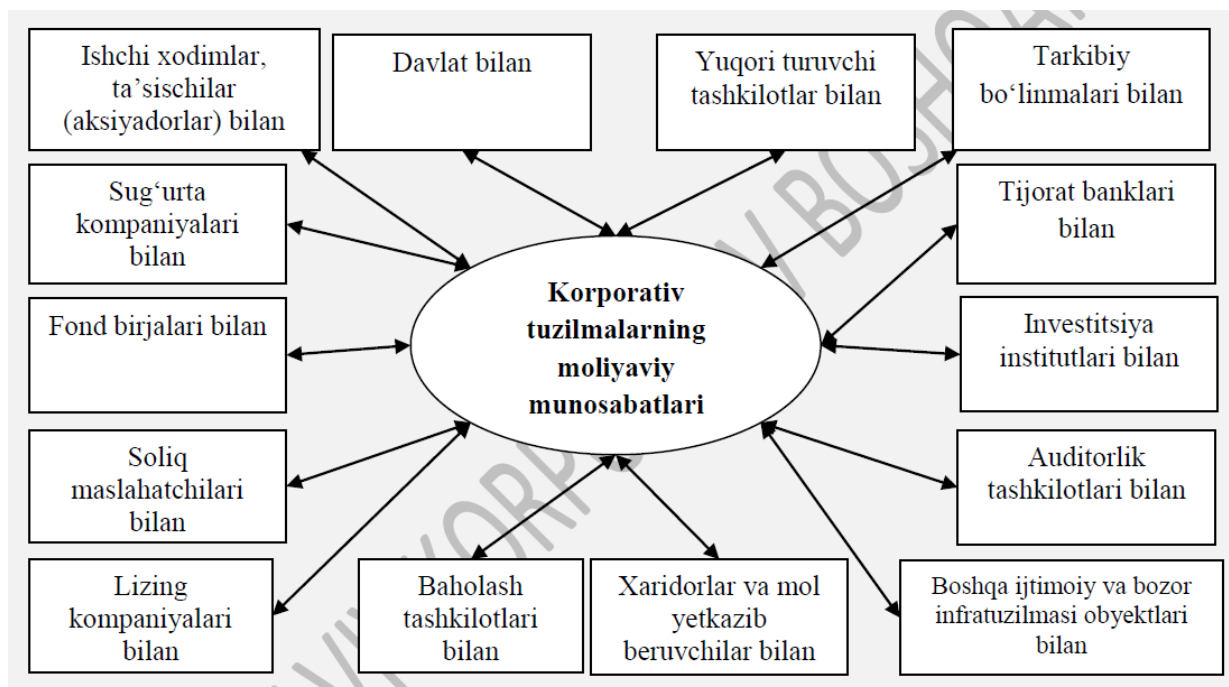
Reja:

1. Korporativ moliyaviy munosabatlar tizimi
2. Korporativ moliyani boshqarishning tashkiliy xususiyatlari va konsepsiyalari
3. Korporativ moliyaviy siyosat asosiy yo‘nalishlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida moliya tizimining samarali ishlashi uning har bir bo‘g‘in faoliyat samaradorligi bilan bevosita bog‘liq. Bunda moliya tizimining asosiy bo‘g‘ini hisoblangan korporativ moliyada moliyaviy munosabatlarni samarali tashkil etish nafaqat har bir korporativ tuzilmada shu bilan birga har bir mamlakatda alohida muhim ahamiyat kasb etishini ko‘rishimiz mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir tijorat tashkilotining asosiy maqsadi moliyaviy-xo‘jalik faoliyatini samarali tashkil etish orqali yuqori foyda olish va mulkdorlar manfaatlarini qanoatlantirish hamda moddiy farovonligini oshirish hisoblanadi. Erkin bozor munosabatlarida bozorning har qanday subyekti sotuvchi va (yoki) xaridor sifatida qatnashishi mumkin. Umuman bozor munosabatlarini rivojlantirish korporativ moliyaning jamiyatdagi rolini kuchaytirishni talab qiladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korporativ tuzilmalar quyidagi subyektlar bilan moliyaviy munosabatlarga kirishadi (11.1-rasm):



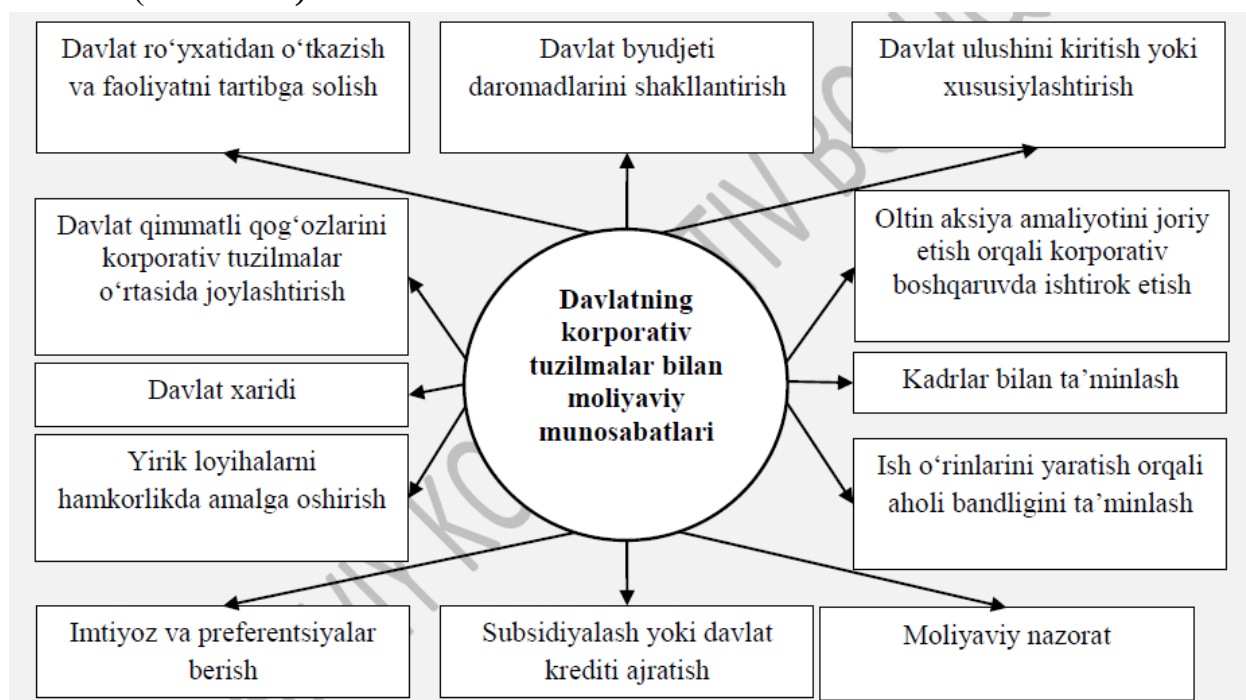
11.1-rasm. Korporativ tuzilmalar moliyaviy munosabatlarga kirishadigan subyektlar

Korporativ tuzilmalarning boshqa subyektlar bilan moliyaviy munosabatlari xususida quyida qisqacha to‘xtalib o‘tamiz.

Avvalo, *ta'sischi (aksiyador)lar* bilan moliyaviy munosabatlar korporativ tuzilmani tashkil etish (ta'sis etish) bilan bog'liq munosabatlarni o'z ichiga qamrab oladi. Bunda korporativ tuzilma faoliyatini tashkil etishda ta'sischi (aksiyador)larning ulushlarini belgilashlari, ta'sischilar (aksiyador)ning ulush kiritish va o'z ulushlarini korporativ tuzilmadan olib chiqib ketishlari, uchinchi shaxslarning ta'sischi (aksiyador) sifatida kirish jarayonlarida yuzaga keladigan moliyaviy munosabatlarga alohida e'tibor qaratiladi. Boshqa tomondan erishilgan natija – korporativ tuzilma foydasini ta'sischilar yoki aksiyadorlar o'rtasida taqsimlash jarayoni ham korporativ moliyaviy munosabatlarda muhim o'ringa ega ekanligini qayd etib o'tishimiz lozim.

Korporativ moliyaviy munosabatlarda *ishchi-xodimlar* bilan moliyaviy munosabatlar muntazam ravishda ro'y berib turishi bilan xarakterlidir. Shuningdek, ishchi-xodim aksiyador ham bo'lsa, ular bilan moliyaviy munosabatlar ko'lami yanada kengayadi.

Davlatning korporativ tuzilmalar bilan moliyaviy munosabatlari ko'p tomonlamaligi bilan ajralib turadi. Bunday munosabatlar tarkibini quyida keltirib o'tamiz (11.2-rasm):

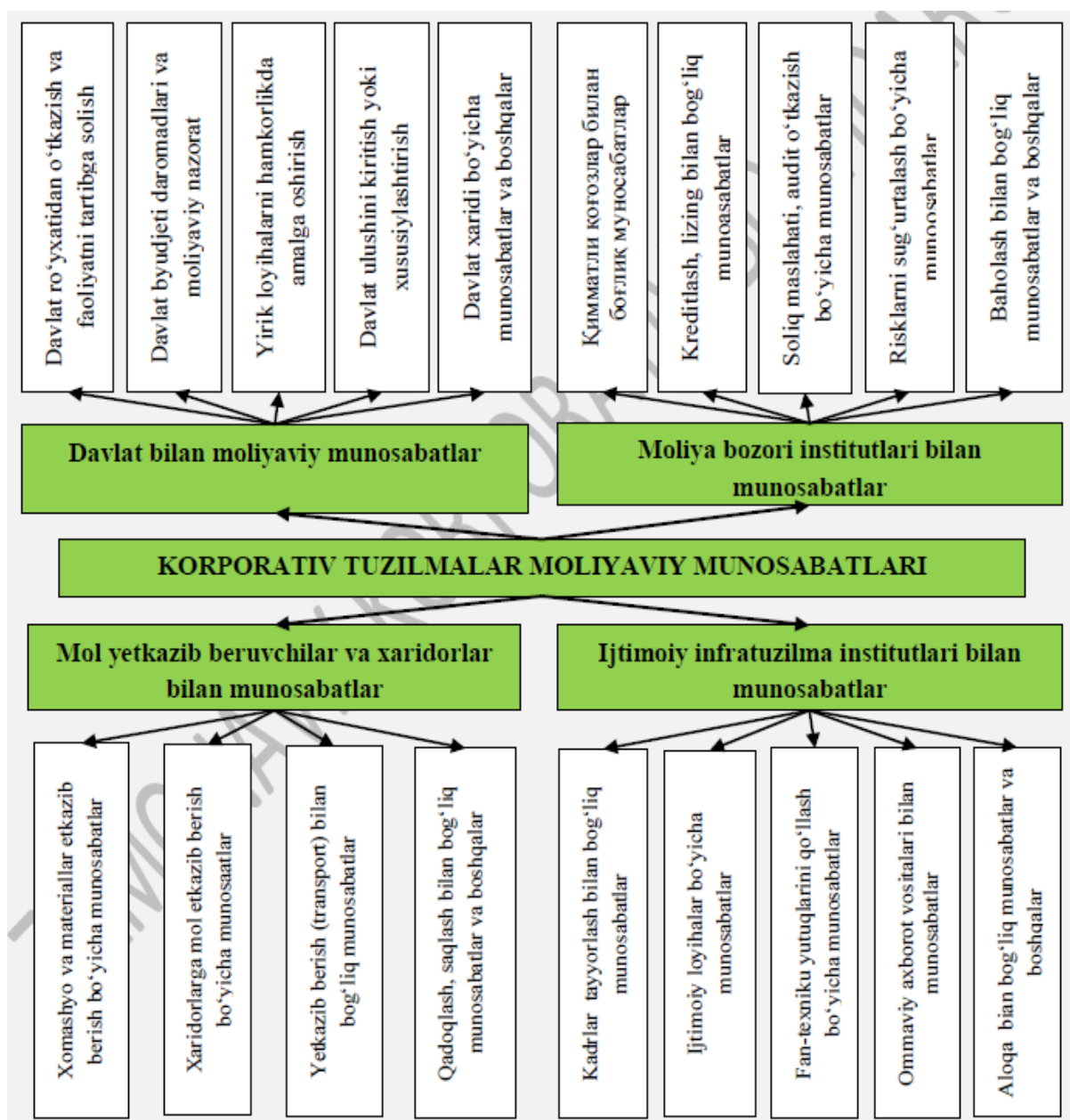


11.2-rasm. Davlatning korporativ tuzilmalar bilan moliyaviy munosabatlari

Yuqoridagi rasm ma'lumotlari asosida davlatning korporativ tuzilma bilan moliyaviy munosabatlari bevosita davlat ro'yxatidan o'tkazish va faoliyatga ruxsat berish, faoliyatni tartibga solish, davlat byudjeti daromadlarini shakllantirish, davlat ulushini kiritish yoki xususiylashtirish maqsadida sotish, korporativ boshqaruvda bevosita ishtirok etish, davlat ta'lim muassasalarida korporativ

tuzilmalar faoliyati uchun kadrlar tayyorlash, ish o'rinlari yaratish orqali aholi bandligini va daromadlilikini ta'minlash, moliyaviy nazorat qilib borish, subsidiyalar yoki davlat kreditlari ajratish, turli imtiyoz va preferentsiyalar (xususan, soliq imtiyozlari) berish, yirik loyihalarni hamkorlikda amalga oshirish, iste'molchi sifatida davlat xaridini amalga oshirish, davlat qimmatli qog'ozlarini korporativ tuzilmalar o'rtasida joylashtirish kabi holatlarda namoyon bo'lishini ko'rishimiz mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korporativ tuzilmalar moliyaviy munosabatlarini quyidagi to'rtta guruh bo'yicha tasniflash mumkin (11.3-rasm):



12.3-rasm. Korporativ tuzilmalar moliyaviy munosabatlari tasnifi

Bugungi kunga kelib korporativ tuzilmalar o'z faoliyatlarini kengaytirib borishlari natijasida *vakolatxonalar, sho'ba korxonalar, filiallar* tashkil etishga

e'tibor qaratadilar. Bunday tarkibiy bo'linmalarning tashkil etilishi va faoliyat yuritishi bilan bog'liq moliyaviy munosabatlar ham korporativ moliyaviy munosabatlarda foydani maksimallashtirib borish hamda mulkdorlar moddiy farovonligini oshirib borish nuqtayi nazaridan alohida e'tibor talab qiladi.

Korporativ moliyani boshqarishning tashkiliy xususiyatlari va konsepsiyalari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida pul oqimlari har qanday korxonada boshqaruv obyekti hisoblanadi hamda har bir moliyaviy qaror pul oqimlari harakati bilan bevosita yoki bilvosita bog'liq holda qabul qilinishini ta'kidlashimiz lozim. Shundan kelib chiqqan holda aksariyat boshqaruvchilar o'z funktsional vazifalarini amalga oshirish jarayonida moliya xizmati bilan o'zaro hamkorlik asosida faoliyatlarini tashkil etadi. Bu bog'liqlik bugungi kunda har bir boshqaruvchidan korporativ moliyani boshqarish asoslari haqida chuqur bilimga ega bo'lishni, korporativ tuzilma oldida turgan muammolarni to'g'ri va o'z vaqtida anglashni hamda o'z faoliyatini yuqoridagilardan kelib chiqqan holda tashkil etishni talab etadi.

Korporativ moliyani boshqarishni amaliy nuqtayi nazardan *korporativ tuzilma pul mablag'larini va ularning manbalarini boshqarish tizimi* sifatida ko'rib chiqish mumkin.

Har qanday boshqarish tizimi kabi korporativ moliyani boshqarish ham o'zining obyektiga va subyektiga ega hisoblanadi. Bunda pul mablag'lari va ularning manbalari, shuningdek korporativ tuzilmalar, xo'jalik faoliyatining boshqa ishtirokchilari, moliya tizimining turli bo'g'inlari o'rtasida yuzaga keladigan moliyaviy munosabatlar *boshqarish obyekti* hisoblanadi. Mulkdorlar, moliyaviy menejerlar, mos tashkiliy tuzilmalar va xizmatlar korporativ moliyani boshqarish tizimida *boshqarish subyektlari* sifatida yuzaga chiqadi. Bunda eng asosiy boshqaruv subyekti korporativ tuzilma mulkdorlari, xususan aksiyadorlik jamiyatlarida aksiyadorlardir.

Korporativ moliyani boshqarish tizimining samarali ishlashi *tashkiliy ta'minotga* ham bog'liq bo'lib, bunda boshqaruvning tashkiliy mexanizmi, shuningdek tegishli xizmat, bo'linma va alohida mutaxassislarning funktsiya va vazifalari doirasi nazarda tutiladi. Shu o'rinda soliqlar bo'yicha mas'ul bo'linmalarning faoliyat yuritishi bir tomondan majburiyatlarga o'z vaqtida e'tibor qaratish imkonini bersa, boshqa tomondan qo'shimcha xarajatlarga ham olib keladi.

Korporativ moliyani boshqarishning *metodik ta'minoti* asosini moliyaviy resurslarni samarali boshqarishga qaratilgan umumiy iqtisodiy, analitik va maxsus usullar, metodlar va modellar majmuasi tashkil etadi.

Korporativ moliyani boshqarish tizimining markaziy bo'g'ini *kadrlar ta'minoti* hisoblanadi. Bunda moliyaviy menejerlar, menejerlar va boshqalar moliyaviy resurslarni maqsadli boshqarish yuzasidan maxsus usullar, metodlar va instrumentlardan keng foydalanadilar.

Moliyaviy qarorlar qabul qilish boshqaruvchilarning zarur axborotlar ta'minlanish darajasiga bevosita bog'liq. Bunday axborotlarning o'z vaqtida olinishi, to'liqligi, aniqligi va ishonchliligi hozirgi kun biznes muvaffaqiyatiga xizmat qiluvchi eng asosiy omillardan biri hisoblanadi. Yuqoridagilar asosida ta'kidlashimiz mumkinki, korporativ moliyani boshqarish tizimining muhim va ajralmas elementi biznesning *axborot ta'minoti*dir.

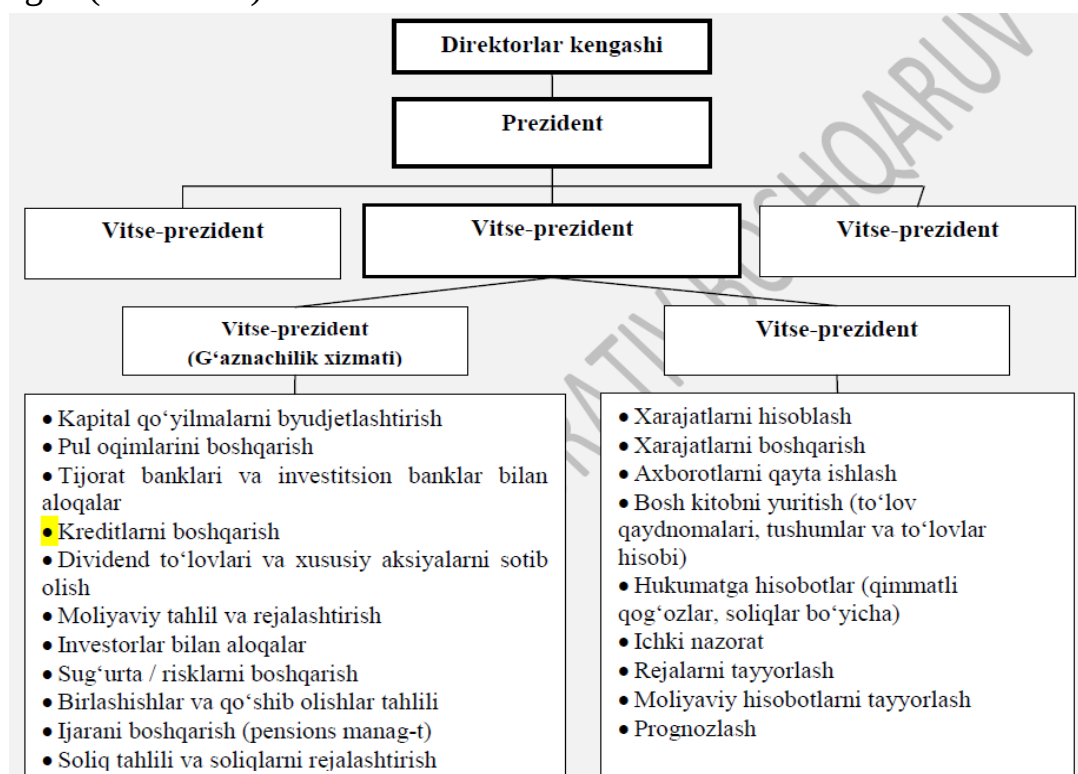
Faoliyat ko'lami, mulkchilik shakllari, rivojlanish bosqichlari va faoliyat turlariga bevosita bog'liq holda korporativ moliyani boshqarish tizimi yetarli darajada murakkab tuzilmaga ega bo'lishi mumkin.

Faoliyat ko'lami (ishlab chiqariladigan va sotiladigan mahsulot hajmi, kapital miqdori, xodimlar soni va boshqalarga ko'ra)dan kelib chiqqan holda korporativ tuzilmalar yirik, o'rta va kichik kabi tiplarga bo'linadi. Korporativ tuzilmaning katta-kichikligi talab qilinadigan moliyaviy resurslar miqdoriga va moliyaviy-xo'jalik faoliyati rang-barangligiga, moliyaviy boshqaruvni amalga oshirishning tashkiliy shakllariga, shuningdek uning ixtisoslashuv darajasiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Milliy amaliyotda ayni paytda qonunchilik asosida yirik va kichik tipdagi korporativ tuzilmalar faoliyat ko'rsatadiganligini ta'kidlashimiz lozim. Fikrimizcha, korporativ tuzilmalar taraqqiyoti bo'yicha xalqaro tajribalar asosida, shuningdek korporativ tuzilmalarning rivojlanish bosqichlarini inobatga olgan holda o'rta tipdagi korporativ tuzilmalar faoliyati bo'yicha ham qonunchilikka qo'shimchalar kiritish maqsadga muvofiq.

Rivojlanish bosqichlari yoki *hayotiy tsikl fazalari* bo'yicha korporativ tuzilmalar "yangi tashkil etilgan", "o'sishda davom etayotgan", "rivojlanishning yuqori darajasiga chiqqan" va "rivojlanishdan to'xtagan" korporativ tuzilmalarga bo'linadi. Rivojlanish bosqichlariga bog'liq holda korporativ tuzilmalar moliyalashtirish bo'yicha turli xil talabga, kapital jalb qilish bo'yicha turli xil imkoniyatlarga, turli xil risklilik darajalariga ega bo'ladi. "Yangi tashkil etilgan" va "o'sishda davom etayotgan" korporativ tuzilmalarda katta miqdorda moliyaviy resurslar talab qilinadi. Bunday korporativ tuzilmalar moliyaviy resurs jalb qilish bo'yicha agressiv moliyaviy siyosatni amalga oshiradilar, olingan daromadlarni to'liqligicha yoki katta qismini biznesga reinvestitsiya qiladilar. "Rivojlanishning yuqori darajasiga chiqqan" va "rivojlanishdan to'xtagan" korxonalarda esa moliyaviy resurslarga bo'lgan talab ma'lum bir darajada barqarorlashadi va bu jarayonda ularning katta qismi o'z mablag'lari hisobiga qoplanadi. Aniq bir korporativ tuzilmaning rivojlanish bosqichlari xususiyatlarini bilish va uni hisobga

olish korporativ moliyani samarali tashkil etish va amalga oshirish imkonini beradi.

Faoliyat ko‘lamini kengaytirib borish natijasida ixtisoslashgan bo‘linmalar soni o‘sishi va ularning funksiyalari kengayib borishi sababli moliyaviy boshqaruv tashkiliy tuzilmasi murakkablashib boradi. Rivojlangan davlatlardagi o‘rta va yirik korporativ tuzil-malarda moliyaviy direktor yoki moliyaviy masalalar bo‘yicha vitse-prezident tomonidan boshqariladigan maxsus xizmat tashkil etilgan. Mazkur xizmat o‘z tarkibiga bir nechta tegishli bo‘linmalarni qamrab oladi. Bunday kompaniyalarda maxsus moliya xizmatining namunaviy tuzilmasi quyidagi rasmda keltirilgan (11.4-rasm).



11.4-rasm. Moliyaviy boshqaruv sxemasi¹

Hozirgi sharoitda moliyaviy direktor boshqaruv a‘zolarining yoki direktorlar kengashining a‘zosi hisoblanadi va boshqaruvchilar o‘rtasida markaziy o‘rinni egallaydi, desak mubolag‘a bo‘lmaydi. Moliyaviy direktor bosh direktor bilan birgalikda aksiyadorlar oldida to‘g‘ridan to‘g‘ri javobgarlikni o‘z zimmasiga oladi, moliyaviy natijalar bo‘yicha hisobot beradi. Moliyaviy direktorlikka nomzodlar direktorlar kengashi tomonidan shaxsan tasdiqlanadi. Aynan shu jihat moliyaviy direktorning mustaqilligi va o‘z faoliyati bo‘yicha aksiyadorlarga hisobot berishini anglatadi. Moliyaviy direktorning bosh vazifasi biznesni boshqarishning izchil va samarali ishlash tizimini ta‘minlash orqali korporativ tuzilmaning barcha

¹ James C. Van Horne, John M. Wachowicz. Fundamentals of financial management . – 13th ed. – Pearson Education, 2009. – P. 9 (719)

bo‘linmalari operatsion strategiyalarini va aksiyadorlar uzoq muddatli maqsadlarini integratsiyalash bilan ifodalanadi.

Korporativ moliyani boshqarish nazariyasi va amaliyoti iqtisodiy taraqqiyotdan kelib chiqqan holda doimiy ravishda rivojlanib kelmoqda. Hozirgi kunga kelib korporativ moliyani boshqarishning muhim nazariy asoslari sifatida amal qilayotgan konsepsiyalari quyidagilardir:

- pul oqimlari konsepsiyasi;
- pul mablag‘larining vaqt bo‘yicha qiymati konsepsiyasi;
- risk va daromadlilik konsepsiyasi;
- bozor samaradorligi haqida gipoteza;
- portfel nazariyasi va moliyaviy aktivlarni baholash modeli;
- kapital tarkibi va dividend siyosati nazariyasi;
- agentlik munosabatlari nazariyalari va boshqalar.

Keltirib o‘tilgan korporativ moliyani boshqarish konsepsiya-larining har biri xususida quyida qisqacha to‘xtalib o‘tamiz.

Pul oqimlari konsepsiyasi har qanday korporativ tuzilma (MChJ, AJ va boshqalar) faoliyat ko‘lami va turidan qat’i nazar o‘z moliyaviy munosabatlarini pul mablag‘lari harakati asosida ishlashini anglatadi. Pul oqimlari harakatini tashkil etishda e’tibor qaratiladigan asosiy jihat bu pul mablag‘larining kirib kelishi va chiqib ketishidagi o‘zaro mutanosiblikka erishish hisoblanadi. Bunda vaqt va miqdor omili birlamchi e’tibor talab qiladi. Ya’ni moliyaviy-xo‘jalik faoliyati natijasi korporativ tuzilma ixtiyoriga kelib tushayotgan pul mablag‘lari miqdori korporativ tuzilmadan chiqib ketayotgan pul miqdoridan katta bo‘lishi lozim, boshqa tomondan esa olinadigan pul mablag‘larining kelib tushish vaqti chiqib ketish vaqtdan qisqaroq bo‘lishi talab etiladi. Keltirilayotgan bu ikki jihat har qanday korporativ tuzilma uchun moliyaviy barqarorlik va to‘lovga layoqatlilikni ta’minlashdan tashqari faoliyat samara-dorligiga erishishga ham xizmat qilishini qayd etib o‘tishimiz lozim. Aynan har bir pul oqimining soliq oqibatlariga alohida e’tibor qaratish ham lozim bo‘ladi.

Pul mablag‘larining vaqt bo‘yicha qiymati konsepsiyasi korporativ moliyaning fundamental asoslaridan biri hisoblanadi. Mazkur konsepsiyaga muvofiq biz turli vaqtlarda egalik qiladigan pul mablag‘lari bir xil bo‘lmagan qiymatga egalik qiladi. Ustiga-ustak biznesda va kundalik hayotimizda pulga egalik qilish vaqti pul mablag‘larining miqdoriga nisbatan katta ahamiyatga ega. Masalan, milliy pul birligining bugungi qimmati bir qancha vaqt o‘tgandagidan nisbatan qadrliroq. Ya’ni u ayni paytda joriy iste’molni qanoatlantirishga sarflanishi yoki kelajakda qo‘shimcha daromad olish uchun investitsiya sifatida qo‘yilishi mumkin. Ma’lum vaqtdan so‘ng zarur miqdordagi pul mablag‘lariga egalik qilish uchun korporativ tuzilma ma’muriyati mavjud pul mablag‘ini

hozirning o'zida yo'naltirishi lozim bo'ladi. Bunda qaror qabul qilishda kelgusidagi pul oqimlari pul mablag'larining joriy vaqtdagi qiymatidan kelib chiqqan holda baholashni amalga oshirish lozim. Pul mablag'larining joriy qiymati va kelgusi qiymatini baholash uchun moliyachilar pul oqimlarini diskontlash bo'yicha maxsus metodikadan foydalanadilar. Pul mablag'larining vaqt bo'yicha qiymati konsepsiyasidan kelib chiqqan holda soliqlarni faqat oxirgi sanada amalga oshirishga e'tibor qaratishimiz lozim bo'ladi.

Risk va daromadlilik konsepsiyasi bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlik faoliyati risk bilan bevosita bog'liq holda amalga oshirilishidan kelib chiqqan holda korporativ moliyani boshqarishda moliyaviy-xo'jalik operatsiyalaridan olinishi mumkin bo'lgan natijalarni baholash bilan bir vaqtda natijaga erishishga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan risklarga ham e'tibor qaratish lozimligini nazarda tutadi. Mazkur konsepsiyaga muvofiq agar riskning yuzaga kelishi natijasida kutilgan daromadning pasayishi biznes uchun salbay oqibatlarga olib kelmasa risklarni qabul qilish mumkin. Ma'lum bir natijaga erishish, biznesning kelgusi taraqqiyotini ta'minlash uchun risklarni to'g'ri baholash, ularni kamaytirish bo'yicha o'z vaqtida va mos chora-tadbirlarni qo'llash talab etiladi. Bunda soliq riski va uning oldini olish e'tibor talab qiladi.

Bozor samaradorligi haqida gipoteza bozordagi holat haqida muntazam ravishda axborotga ega bo'lish va ularni tahlil qilishga doimiy ravishda e'tibor qaratgan holda samarali moliyaviy qarorlar qabul qilish zaruriyatini o'zida ifodalaydi. Chunki bozordagi holat har qanday aktivning haqiqiy bahosini belgilab beradi va shundan kelib chiqqan holda qabul qilingan moliyaviy qaror korporativ tuzilma moliyaviy barqarorligi o'sishiga xizmat qiladi.

Portfel nazariyasining mohiyati biznesda mablag'larni turli xil aktivlar, korxonalar va faoliyat turlari bo'yicha taqsimlash lozimligi bilan ifodalanadi. Investitsion portfelning bunday tartibda shakllanishi barcha risklar yig'indisi bitta yo'nalishdagi risklar bilan taqqoslanganda ancha past bo'lishiga xizmat qiladi. Masalan, pul mablag'larini bir vaqtning o'zida bir nechta sohaga joylashtirish natijasidagi risklar pul mablag'larini faqat bitta sohaga joylashtirishdagi risklarga qaraganda kamroq. "*Moliyaviy aktivlarni baholash modeli* esa alohida moliyaviy aktiv va butun bozor riski va daromadlilik ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlikni o'zida aks ettiradi"².

Moliyaviy resurs jalb qilish va undan maqsadli foydalanish (maqsadli taqsimlash) masalasi korporativ moliyani boshqarishdagi eng asosiy va kun tartibidagi doimiy masalalardan hisoblanadi.

² В.В.Ковалёв, Вит.В.Ковалёв. Корпоративные финансы и учёт: понятия, алгоритмы, показатели. Учебное пособие. – М.: Проспект, 2015. – Ст. 444 (1000)

Korporativ tuzilmada faoliyatni tashkil etish yoki davom ettirish uchun zarur kapitalni shakllantirishda qarz mablagʻlari jalb qilish yoki oʻz moliyaviy resurslari bilan cheklanish lozimligiga aniqlik kiritiladi. Mazkur masalaga har tomonlama asoslangan javob topish *kapital tarkibi nazariyasining* tadqiqot predmetini tashkil etadi. Korporativ moliyani boshqarishda kapital tarkibi nazariyasi asosida faoliyatni moliyalashtirish boʻyicha qarorlar qabul qilish jarayonida hisobga olinishi lozim boʻlgan omillarni toʻgʻri anglash faoliyat samaradorligiga xizmat qiladi.

Dividend siyosati nazariyasi doirasida koʻrib chiqiladigan, olingan foydani taqsimlash masalasi ham yuqoridagi muammo bilan bevosita bogʻliq va muhimligi boʻyicha kam boʻlmagan muammo hisoblanadi. Dividend siyosatidagi asosiy muammo olingan foydaning taʼsischilarga dividendlar koʻrinishida toʻlanadigan qismi va foydaning biznesni yanada rivojlantirish uchun yoʻnaltiriladigan qismi oʻrtasidagi optimal nisbatni belgilashni nazarda tutadi.

Korporativ moliyaviy siyosat asosiy yoʻnalishlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar faoliyati davomida moliyaviy munosabatlarning toʻgʻri tashkil etilishi qoʻyilgan maqsadga erishishda muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Shundan kelib chiqqan holda asosiy eʼtiborni korxonalar moliyasini samarali tashkil etishga, korxonalar moliyasini boshqarishni toʻgʻri tashkil etishga qaratish maqsadga muvofiq. Korporativ moliyani boshqarishni toʻgʻri tashkil etish esa bevosita korporativ moliyaviy siyosatga bogʻliq. Rivojlangan mamlakatlar amaliyotida korporativ siyosatning asosiy yoʻnalishlari quyidagilar³:

- marketing siyosati;
- operatsion siyosat;
- moliyaviy siyosat;
- mehnat munosabatlari va kadrlar siyosati;
- axborot texnologiyalari siyosati;
- birlashishlar va qoʻshib olishlar siyosati;
- korporativ etika siyosati;
- korporativ boshqaruv va muvofiqlik siyosati;
- biznes risk menejmenti siyosati.

Korporativ moliyaviy siyosatni ishlab chiqish va amalga oshirish korxonalarning barcha moliyaviy munosabatlarini qamrab olishi lozim. Bunda moliyaviy siyosat – korxonaning taʼsis hujjati (ustavi)da aks etgan strategik va taktik maqsadlarga erishish uchun moliyadan maqsadga yoʻnaltirilgan holda foydalanishni oʻzida aks ettiradi. Masalan, tovar bozoridagi pozitsiyasini

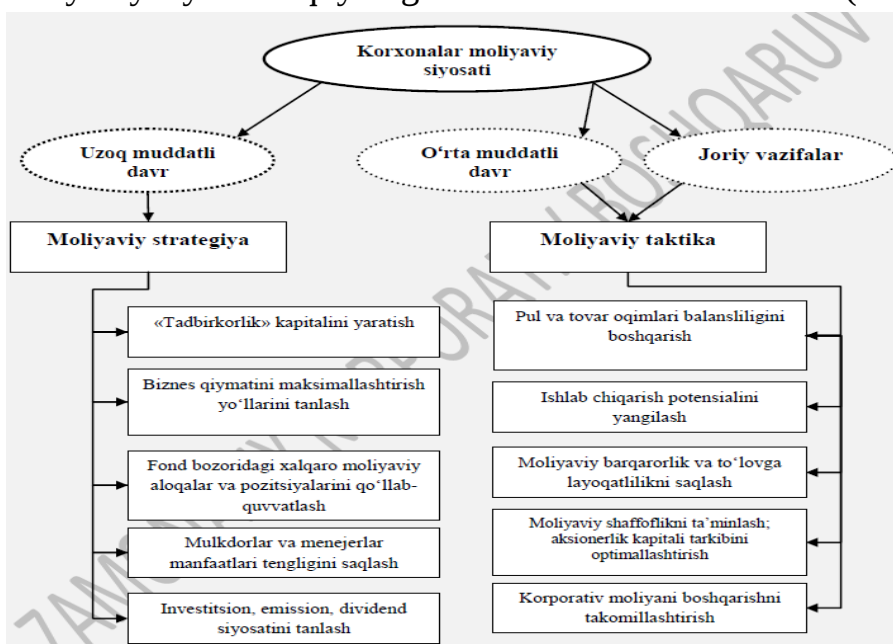
³ Bob Tricker. Corporate governance: principles, policies and practices. – UK.: Oxford university press, 2012. – P. 181-183.

kuchaytirish; mos ravishda aktivlar hamda xususiy kapital rentabelligiga erishish; to'lovga layoqatlilik va balans likvidligini ta'minlash; aksiyadorlar mulkiy imkoniyatlarini oshirish va boshqalar.

Umuman, korporativ moliyaviy siyosatda quyidagilar nazarda tutiladi:

- foydani maksimallashtirib borish;
- kapital tarkibi va qiymatini optimallashtirish;
- korporativ tuzilmaning moliyaviy barqarorligi, amaliy va bozor aktivligini ta'minlash;
- aksiyadorlar, investorlar va kreditorlar uchun korporativ tuzilmaning moliyaviy ochiqqligiga erishish;
- qimmatli qog'ozlar emissiyasi, moliyaviy lizing, loyihaviy moliyalashtirish yordamida kapital jalb qilishning bozor mexanizmlaridan foydalanish;
- korxona moliyaviy-xo'jalik faoliyatining strategik maqsadlarini hisobga olgan holda moliyaviy holat diagnostikasi asosida korporativ moliyani boshqarish mexanizmini ishlab chiqish;
- ustavda keltirilgan faoliyatni amalga oshirish va korporatsiyaning qarz majburiyatlarini qoplash uchun zarur moliyaviy resurslarni shakllantirish, pul oqimlari va moddiy zaxiralar balansligini ta'minlash.

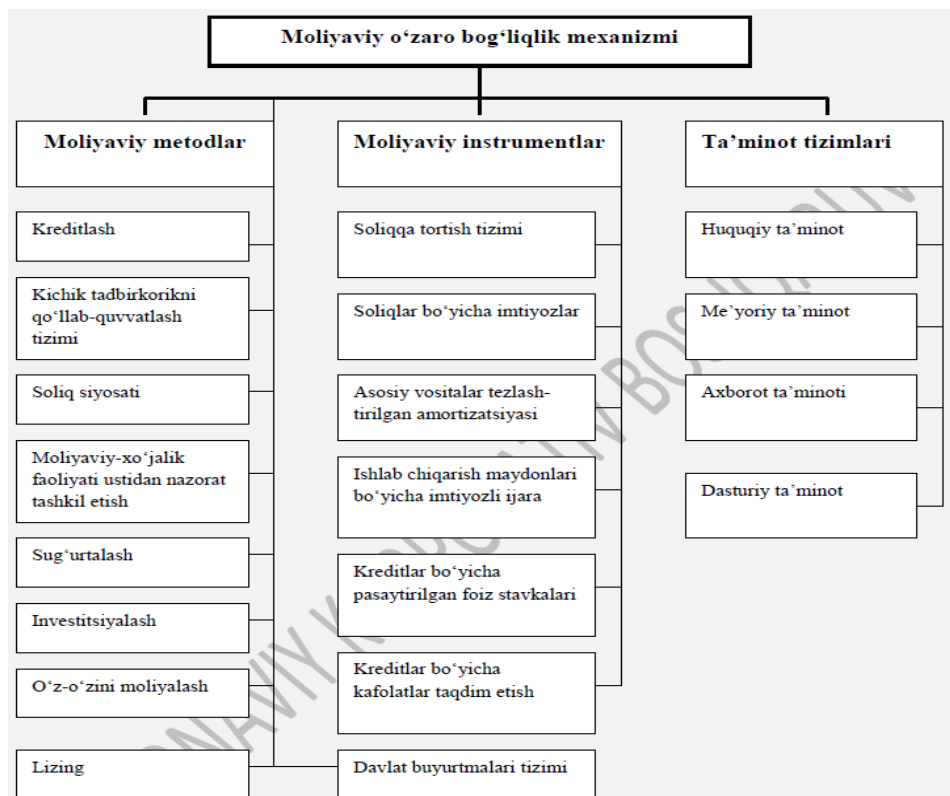
Korporativ moliyani boshqarish tizimini ishlab chiqish jarayonida yetarlicha pul mablag'lari va to'lovga layoqatlilikning yuqori darajasi sharoitida korporatsiyani rivojlantirish va mulkdorlar (aksiyadorlar) manfaatlarini uyg'unlashtirish muammosi paydo bo'ladi. Bunday sharoitda korxona faoliyat davomiyligi va qo'yilgan maqsadlar tavsifidan kelib chiqqan holda strategik va taktik moliyaviy vazifalar qo'yiladi. Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda korporativ moliyaviy siyosatni quyidagicha tasvirlashimiz mumkin (11.5-rasm).



11.5-rasm. Korxonalar moliyaviy siyosati

Yana shuni ham ta'kidlash lozimki, korxonalarning davlat bilan o'zaro moliyaviy bog'liqlik mexanizmini samarali tashkil etish korporativ moliyaviy siyosatda alohida e'tibor talab qiladigan masalalardan biri sanaladi.

Umuman umumdavlat moliyasining korporativ moliya bilan o'zaro bog'liqligini quyidagilarda ko'rish mumkin (11.6-rasm).



11.6-rasm. Moliyaviy o'zaro bog'liqlik mexanizmi

Moliyaviy o'zaro bog'liqlik mexanizmidagi har bir element ikki tomonlama ta'sirga ega hisoblanadi. Ya'ni davlat tomonidan yaratilgan qo'shimcha imkoniyat bir tomondan korporativ moliyaning samarali ishlashiga xizmat qilsa, boshqa tomondan korporativ moliyaning samarali ishlashi davlat moliyasi uchun qo'shimcha imkoniyatlarni yuzaga keltiradi.

Umumiy holda moliyaviy siyosat yuritishda moliyaviy ta'minot, moliyaviy taqsimot, moliyaviy xavfsizlikni ta'minlash, moliyaviy boshqaruv jarayonida kadrlar masalalariga alohida tartibda yondashuv talab etiladi.

12-mavzu: Korporativ madaniyat (axloq) va korporativ nizolar

Reja:

1. Korporativ madaniyat tushunchasi va ishbilarmonlik etikasining asosiy tamoyillari
2. Korporativ madaniyat turlari
3. Korporativ madaniyat tamoyillari
4. Korporativ nizo tushunchasi, nizolar sabablari va qatnashchilari
5. Hamkorlikda bo'lmagan qo'shilishlardan himoya qilish usullari
6. Korporativ nizolarni tartibga solish

Korporativ madaniyat tushunchasi va ishbilarmonlik etikasining asosiy tamoyillari

«Tadbirkorlik madaniyati» tushunchasiga eng to'liq va mufassal ta'rifni V. Kozlov «Tashkiliy madaniyatni boshqarish» kitobida bergan bo'lib, «ushbu tashkiliy struktura xodimlari xulq-atvori xususiyatlari, yakka tartibdagi va guruh manfaatlari, urf-odat va an'analar, rasmiy va norasmiy faoliyat me'yorlari va qoidalari, rahbariyat uslubi, xodimlarning mehnat sharoitlaridan qoniqqanlik ko'rsatmalari, o'zaro hamkorlik darajasi tizimi» deya ta'kidlagan. Shunday qilib, korporativ madaniyat kompaniya qadriyatlari, o'zaro munosabatlar uslubi, muhit qanday ekanligini belgilab beradi.

Kompaniyalarda korporativ madaniyat axloq-odob (etika) ta'siri ostida shakllanadi va rivojlanadi (bu odamlarning axloqiy me'yorlar, bir-biriga va jamiyatga munosabati tizimi). O'zbekistonda hozirgi paytda kompaniyalarning uchta asosiy guruhi ajratib ko'rsatiladi:

- 1) bozor muhitida xususiylashtirish va xususiylashtirishdan keyingi jarayonlari natijasida shakllangan kompaniyalar;
- 2) bozor iqtisodiyoti sharoitlarida vujudga kelgan va rivojlangan kompaniyalar;
- 3) tabiiy monopoliyalarga mansub kompaniyalar.

Bu guruhlarning har birida ushbu biznesning asosiy vazifalari ta'siri ostida ishbilarmonlik axloqi xususiyatlari shakllangan.

Ishbilarmonlik axloqi – tadbirkorlik faoliyati me'yorlari va axloqiy tamoyillar yig'indisi, biznesdagi asosiy «o'yin qoidalari», ularsiz biznes muammoli, riskli va oldindan aytib bo'ymaydigan bo'lib qoladi. Ishbilarmonlik axloqi – aksiyadorlar, direktorlar Kengashi, menejerlar, kompaniya xodimlari va korporatsiyaning boshqa manfaatdor tomonlari: tovar va xizmatlar ta'minotchilari, distribyurlar, sotuvchilar, yakuniy iste'molchilar, mahalliy aholi va hukumat organlari o'rtasida munosabatlar murakkab tizimni tartibga soluvchi jiddiy omildir.

Zamonaviy korporativ madaniyat asosida yotadigan ishbilarmonlik axloqi universal tamoyillari amerikalik sosiolog L.Xosmer tomonidan muvaffaqiyatli ifodalangan bo‘lib, jahon falsafasi aksiomalariga asoslanadi:

1. Sening uzoq muddatli manfaatlar yoki kompaniyaning manfaatlari doirasiga kirmaydigan narsalarni hech qachon qilma. Tamoyil qadimgi yunon falsafasining boshqa odamlarning manfaatlari bilan kesishadigan shaxsiy manfaatlar haqidagi ta’limotlariga (Protagor) hamda qisqa muddatli va uzoq muddatli manfaatlar o‘tasidagi farqqa asoslanadi.

2. Bu haqiqatda halol, ochiq va chin deb aytish mumkin bo‘lmagan narsalarni hech qachon qilma. Tamoyil Arastu va Aflotunning shaxsiy fazilatlar haqidagi qarashlariga asoslanadi.

3. Yaxshilik hisoblanmagan, umumiylik tuyg‘ularini shakllantirish va bitta umumiy maqsadga ishlashga xizmat qilmaydigan narsalarni hech qachon qilma. Tamoyil yaxshilikka, o‘zaro aloqa qilish va o‘zaro bog‘liqlikni anglashga undaydigan jahon dinlarida buyurilgan narsalarga asoslanadi.

4. Hech qachon qonunni buzadigan narsalarni qilma, chunki qonunda jamiyatning minimal axloqiy me‘yorlari ko‘rsatiladi. Tamoyil Gobbs va Lokkning odamlar o‘rtasida dunyoviy ne‘matlar uchun kurashda davlatning hakam sifatidagi roli haqidagi ta’limotiga asoslanadi.

5. Sen yashayotgan jamiyatga yaxshilikdan ko‘ra ko‘proq zarar keltiradigan narsalarni hech qachon qilma. Tamoyil utilitarizm axloqiga – I. Bentam va Djon S. Mill tomonidan ishlab chiqilgan axloqiy xulq-atvorning amaliy foydasiga asoslanadi.

6. Shunga o‘xshash vaziyatga tushganda boshqalarga tavsiya qilmaydigan narsalarni hech qachon qilma. Tamoyil Kant qoidalaridan biriga asoslanadi.

7. Boshqalarning belgilab qo‘yilgan huquqlarini kamsitadigan narsalarni hech qachon qilma. Tamoyil Russo va Djeffersonning shaxs huquqlari haqidagi qarashlariga asoslanadi.

8. Doim foydani qonun doirasida, bozor talablari va xarajatlarni to‘liq hisobga olgan holda maksimallashtirishga harakat qil, chunki bu shartlarga amal qilishda maksimal foyda ishlab chiqarishning eng katta samaradorligidan dalolat beradi. Tamoyil A.Smitning iqtisodiy nazariyasi va V.Paretoning optimal bitim haqidagi ta’limotiga asoslanadi.

9. Jamiyatda eng zaiflarga ziyon etkazishi mumkin bo‘lgan narsalarni hech qachon qilma. Tamoyil Rolsning taqsimot adolat qoidasiga asoslanadi.

10. Boshqa kishining shaxsiy kamol topishi va rivojlanishiga to‘sqinlik qiladigan narsalarni hech qachon qilma. Tamoyil Nozikning jamiyat rivojlanishi uchun shaxs erkinligi darajasini kengaytirish nazariyasiga asoslanadi.

Korporativ madaniyatning umumiy va hammaga ma'qul bo'lgan ta'rifi yo'qligiga qaramay, bu tushuncha umum qabul qilingan axloqiy qadriyatlar, qonunchilik talablariga amal qilish, odamlarga hurmat bilan munosabatda bo'lish, atrof-muhitni asrash bilan bog'liq holda foydalaniladi. Zamonaviy korporativ madaniyatning quyidagi asosiy tamoyillari ajratib ko'rsatiladi:

1. Professionallik, chuqur bilimga egalik va xabardorlik.
2. Maxfiylik va kasb bilan bog'liq sitrlar.
3. Manfaatlar to'qnashuvida harakat qoidalari.

Agar maxfiylikning asosiy talabi oshkor qilmaslik, ya'ni harakatsizlik bo'lsa, manfaatlar to'qnashuvi qoidaga ko'ra, korporativ munosabatlar qatnashchilaridan faol harakatlar talab qiladi. Manfaatlar to'qnashuvi direktor, menejer yoki xodimning moliyaviy va shaxsiy manfaatlari kompaniya manfaatlariga zid kelgan hollarda vujudga keladi. Shu boisdan rahbariyat va barcha xodimlar manfaatlar to'qnashuvi vujudga kelishi mumkin bo'lgan sohalarda faoliyat yuritish bo'yicha aniq yo'l-yo'riqlar olishi lozim. Direktor, menejer, xodim uchun manfaatlar to'qnashuvi vujudga kelishi mumkin bo'lgan quyidagi sohalarni ajratib ko'rsatish mumkin:

1) moliyaviy investistiyalar. Xodimlar ularning ish beruvchisi hisoblangan firma bilan raqobatlashuvchi kompaniyaga yoki o'z kompaniyasining kontragenti hisoblangan firmaga investitiya kiritmasliklari lozim. Tabiiyki, agar gap to'g'ridan-to'g'ri emas, balki muhim ahamiyatsiz (portfelli) investistiyalar haqida boradigan bo'lsa, bunda hech qanday manfaatlar to'qnashuvi vujudga kelmaydi. Biroq, nima bo'ganda ham, investistiyalar «ahamiyatsizligi» masalasi baholash mezonini hisoblanadi, shu sababli xodim bu haqida rahbariyatni xabardor qilishi lozim;

2) xizmatdan tashqari tadbirkorlik yoki boshqa kompaniyalarda boshqacha faoliyat turi. Agar xodim, direktor yoki menejer boshqa biznesga yoki ishga ega bo'lsa, bu ob'ektiv jihatdan kompaniyaning gullab-yashnashi uchun sarflanishi mumkin bo'lgan vaqt va kuchni olib qo'yadi (lavozim majburiyatlari xarakteri va rangiga qarab cheklovlar turlicha bo'lishi mumkin);

3) sovg'alar. Xodim, direktor yoki menejerning biron-bir qimmatbaho sovg'alar qabul qilishiga yo'l qo'yilmaydi. Aks holda sovg'a beruvchi sovg'a qabul qiluvchining harakatlarini kompaniya tomonidan ma'lum bir majburiyatlarni qabul qilish sifatida baholashi mumkin;

4) qarindoshlarning tadbirkorlik faoliyati yoki ishlashi. Shuni hisobga olish kerakki, direktor, menejer yoki xodimlar qarindoshlarining tadbirkorlik faoliyati ular raqobatchi firmalar yoki kompaniyaning kontragent firmalarida ishlagan yoki biznesga ega bo'lgan hollarda manfaatlar to'qnashuvi vujudga kelishining sababchisi bo'lishi mumkin.

4. Korporatsiya aktivlarini himoya qilish va tegishlicha foydalanish.

Korporatsiya aktivlarini himoya qilish korporativ nizolar seriyasi kuzatilayotgan bir paytda (AQShda Enron, Evropada Parmalat va h.k.) dolzarb ahamiyat kasb etadi. Kompaniya direktorlari va top-menejerlari kompaniya aktivlarini suiiste'mol qilmaslik va ulardan tegishlicha foydalanish bo'yicha barcha harakatlarni qo'llash borasida yozma shaklda rasmiylashtirilgan axloqiy majburiyatni zimmasiga olishi kerak. Yirik bitimlar va manfaatli bitimlar tuzishda ham rahbariyat etikasiga alohida talablar qo'yilishi lozim. Ko'rsatilgan bitimlarni aksiyadorlar umumiy yig'ilishi va direktorlar kengashining ma'qullashisiz amalga oshirish kompaniya mulkdorlari (aksiyadorlari) uchun jiddiy zarar keltirishi, korporatsiyaning o'zini esa bankrot yoqasiga olib kelishi mumkin.

5. Amalga oshirilayotgan faoliyatning qonunchilik talablari va boshqa huquqiy me'yorlarga javob berishi.

Agar «Richard Dart piramidasi»ga (menejment bo'yicha amerikalik ekspert) tayanadigan bo'lsak, axloq qoidalariga rioya qilish biznesning rivojlanish piramidasi birinchi pog'onasiga (qonunlarga rioya qilish) asoslangan ikkinchi pog'onasi hisoblanadi. Qonunchilik talablari va me'yorlariga amal qilmasdan turib, axloq qoidalariga rioya qilib bo'lmaydi.

6. Biron-bir shaxsning noaxloqiy yoki noqonuniy xulq-atvori haqida kompaniyaning rahbar organlari yoki davlat organlariga xabar berish.

Kompaniyaning axloqiy kodekslarida biron-bir shaxsning noaxloqiy yoki noqonuniy xulq-atvori haqida kompaniyaning rahbar organlari yoki davlat organlariga xabar berish tartibi va asoslarini belgilab berish tavsiya etiladi. Tabiiyki, bunday xabarlarining ularning mualliflari uchun hech qanday salbiy oqibatlarisiz mustaqil va xolisona ko'rib chiqish jarayoni kafolatlanishi lozim.

7. Korrupsiyaga qarshi kurash.

Korporativ madaniyat turlari

«Korporativ madaniyat» tushunchasini o'rganishga yondashuvlarni ikki guruhga ajartish mumkin: idealistik va pragmatik yondashuv. Idealistik yondashuv tarafdorlari korporativ madaniyatni tashkilotni rivojlantirish maqsadi, uning faoliyat yuritishi oliy bosqichi bilan bir xil deb qaraydilar. Pragmatik yondashuv tarafdorlari madaniyatga korxonaning belgilangan tavsifnomalari to'plami – shakllangan me'yorlar, koidalar va an'analar sifatida munosabatda bo'ladilar. Bunda to'g'ri tushunish kerakki, korporativ madaniyat me'yorlarining ko'pchiligi latent, ya'ni yashirin xarakterga ega. Odamlar o'z xulq-atvorida belgilangan qoidalarga amal qilsada, ularni oxirigacha to'liq anglamaydilar. Ular ma'lum vaziyatda nima qilish kerakligini biladi, biroq nima uchun degan savolga javob berishga qiynaladi.

Madaniyatning asosiy turlari:

Birinchi turi «*paternalizm*» bulib, u rahbarning barcha tan olgan e'tiborli kishi ekanligiga asoslangan korporativ madaniyat. Mehnat, funktsiyalar va majburiyatlar taqsimoti mavjud bo'lsada, biroq mutloq xarakterga ega emas. Rahbar o'z qarori bilan majburiyatlarning taqsimlanishi, o'zaro aloqa qoidalari va mukofotlash darajasini o'zgartirishi mumkin. Ishlarni taqsimlash topshiriqlar berish shaklida amalga oshiriladi. Qaror qabul qilish va hamma narsa uchun javobgarlik – rahbarning alohida huquqlari hisoblanadi.

Madaniyatning ushbu turi ko'plab kichik va yirik korxonalar uchun xos bo'lib, ularning asosiy belgilari quyidagilar hisoblanadi:

- 1) xarizmatik etakchining mavjudligi;
- 2) mukofotlar va ishlarni taqsimlash bo'yicha yaqqol ifodalangan savdolashish munosabatlarining yo'qligi. Eng muhim mukofot – obro'-e'tibor;
- 3) boshqaruv o'tacha darajasining roli minimal darajaga keltirilgan.

Ikkinchi turi «*artel*» deb nomlanib, u barqarorlashmagan mehnat taqsimoti, funktsiyalar va majburiyatlarning ajratilmaganligiga asoslangan korporativ madaniyat. Har bir xodim hamma narsa uchun javob beradi va o'z korxonasi uchun qo'lidan kelgan hamma narsani bajaradi. Qoidaga ko'ra, bu rejimda tadqiqot va loyiha bo'limlari, servis uchastkalari, ta'mirlash-qurilish brigadalari ishlaydi. Bundan tashqari, korporativ madaniyatning artel turi kichik korxonalarga xos bo'lib, bu korxonalar hajmi mijozlarning individual so'rovlari, ularning shakllangan doirasiga yo'naltirilgan ishlab chiqarish xususiyatlari (kichik ustaxonalar, non do'konlari, emakxonalar) bilan belgilab beriladi.

Artel madaniyatiga xos bo'lgan asosiy belgilar:

- 1) harakatlar multiplikastiya samarasi mavjudligi – butun holdagi narsa doimo uning qismlari summasidan katta bo'ladi, ya'ni komandaning sinergetik, iqtisodiy va ijtimoiy samarasi yakka holatdagi bellashuv afzalliklaridan ortiq bo'ladi;
- 2) komanda a'zolari o'rtasida ishonch – shaxslarning bir-biriga mosligi;
- 3) faoliyat almashuvi umumiy ishga hissa qo'shish xarakteriga ega.

Uchinchi turi «*koloniya*» - xodimning texnologiyaga mutlaq bo'ysunishiga asoslangan korporativ madaniyat. Xodimlar ishlab chiqarish jarayonining muruvvatlariga aylantirib qo'yilgan. Qattiq intizom nazoratchilar armiyasi tomonidan ta'minlanadi.

Asosiy belgilari:

- xodimning mehnat funktsiyalarini soddalashtirish, uni ishlab chiqarish jarayonining murvatiga aylantirish;
- qattiq ierarxik bo'ysunish tizimi, xodimlar mustaqilligi va tashabbuskorligining minimal holatga keltirilishi. Ushbu madaniyat turining

asoschisi – ishlab chiqarishning uzluksiz tizimi, ishlab chiqarishni andozalash, konveyerlashtirish va rasionallashtirish g‘oyalarini hayotga tatbiq etgan Genri Ford hisoblanadi.

To‘rtinchi turi «*kolxoz*» - u ishni o‘ziga va ishni korxonaga qarshi qo‘yishga asoslangan korporativ madaniyat. Xodimlar reja topshiriqlarini bajaradi va korxona quvvatlari hamda vaqtdan o‘ziga ishlash uchun foydalanadi.

Asosiy belgilari:

- 1) ishga majburiyat kabi munosabatda bo‘lish;
- 2) aniq ifodalangan ierarxichek savdo. Ish haqi ijtimoiy minimum sanaladi. Xodimning har qanday qizg‘inligi qo‘shimcha to‘lov talab qiladi;
- 3) korxona resurslarini talon-taroj qilishda bir-birini qo‘llash.

Beshinchi turi «*xutor xo‘jaligi*» - faoliyat va uning natijalariga egalik huquqini alohida ajratishga asoslangan korporativ madaniyat. Har bir xodim «o‘z maydoniga ishlov beradi», umumiy ishga qo‘shilgan hissa esa majburiy topshiriq yoki daromaddan ajratmalar hisoblanadi. Misol - advokatlik byurosi (har bir advokat o‘z idorasi uchun zarur minimial ishlarni bajaradi, ishni – mijozlarni o‘ziga-o‘zi izlaydi); rieltorlik firmalari (xodimlar umumiy ma‘lumotlar to‘plamidan, yuridik ko‘makdan, firma markasidan foydalanadi, biroq mijozlarni o‘zi topadi va bitimdan foiz ko‘rinishida haq oladi).

Korporativ madaniyat tamoyillari

Manfaatdor shaxslar deganda kompaniya faoliyati ularning manfaatlariga daxldor bo‘lgan har qanday guruhlar: aksiyadorlar, menejerlar, hamkorlar, iste’molchilar va h.k. tushuniladi. Manfaatdor shaxslar orasida ular o‘rtasida manfaatlari turli yo‘nalishga ega ob‘ektiv ziddiyatlar mavjud bo‘lgan uchta asosiy guruh: aksiyadorlar, menejerlar va direktorlar alohida ajratib ko‘rsatiladi.

Aksiyadorlar, o‘z navbatida, ikki toifaga – majoritar va minoritar aksiyadorlarga ajratilib, ularning manfaatlari ham o‘zaro taqsimlanadi. Majoritar aksiyadorlar, minoritariylardan farqli ravishda, kompaniya rivojlanishining uzoq muddatli istiqbollari va kichikroq risklarga yo‘naltirilgan bo‘ladi. Agar ularning dividend to‘lash va foydani kapitallashtirish o‘rtasida birini tanlashiga to‘g‘ri kelsa, ular foydani kapitallashtirishni afzal ko‘radi.

Minoritariylarning mulkiy manfaatlariga bepisand bo‘lmaslik va o‘ylab ko‘rilgan dividend siyosati yuritish:

□ direktorlar Kengashi bilan birgalikda menejerlar faoliyatining chuqur o‘ylab chiqilgan motivastiyasini amalga oshirish, bu menejerlar tomonidan suiiste’mol riskini pasaytiradi;

□ direktorlar Kengashi professionalligi va faoliyati mustaqilligini reja asosida oshirib borish.

Minoritariylar uchun korporativ madaniyat tamoyillari:

- ☐ kompaniya manfaatlariga ziyon etkazgan holda aksiyadorlarning o'z huquqlarini suiiste'mol qilishga yo'l qo'ymaslik;
- ☐ kompaniya tijorat sirlari qatoriga kiruvchi axborotni oshkor qilmaslik;
- ☐ kompaniya direktorlari, menejerlari va yirik aksiyadorlaridan qabul qilingan axloqiy qoidalarga amal qilishni talab etish.

Kompaniya direktorlari uchun korporativ madaniyat tamoyillari.

Aksiyadorlar va menejerlar o'rtasidagi ziddiyatlarni bartaraf qilish – direktorlarning asosiy vazifasidir. Buni hal qilish uchun direktorlar Kengashi aksiyadorlardan ham, menejerlardan ham rasman emas, balki haqiqatda alohida ajratilgan va ulardan mustaqil bo'lishi lozim. Direktorlar uchun quyidagi tamoyillarni tavsiya etish mumkin:

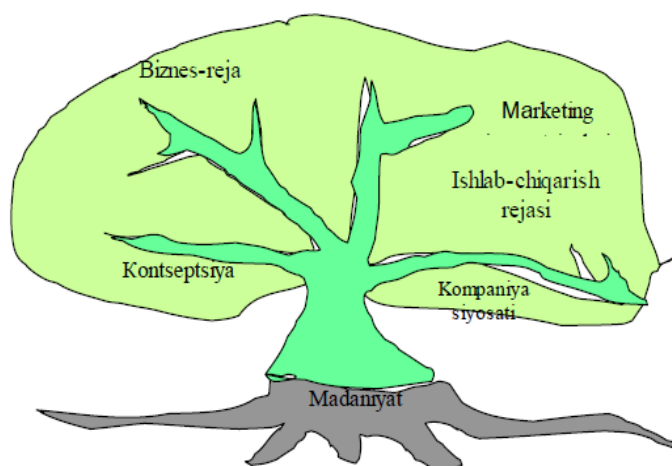
- ☐ kompaniyada axloqiy qoidalar ishlab chiqish va tasdiqlash;
- ☐ direktorlar Kengashining faoliyati davomida kompaniyaning barcha manfaatdor shaxslari manfaatlarini hisobga olish;
- ☐ kompaniya «shaffof»ligi monitoringini amalga oshirish, jamiyat aksiyadorlari, menejerlar va xodimlar tomonidan qonunchilik talablari, jamiyatning ta'sis va ichki hujjatlariga rioya qilish;
- ☐ oqilona dividend siyosati bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqish va aksiyadorlarga taqdim etish;
- ☐ menejerlar faoliyati samarali motivatsiya tizimini ishlab chiqish;
- ☐ aksiyadorlar oldida hisobot berish va ularga kompaniyadagi ishlarning holati haqida to'liq va ishonchli axborot taqdim etish.

Kompaniya menejerlari uchun korporativ madaniyat tamoyillari:

Menejerlar faqat mulk egalarining pullarini riskka qo'yib, o'z mulkini yo'qotish riskiga duch kelmaydi. Ular uchun quyidagilarni tavsiya qilish mumkin:

- ☐ o'z vakolatlarini suiiste'mol qilmaslik;
- ☐ kompaniya aksiyadorlariga atayin qilingan harakatlar bilan zarar etkazmaslik;
- ☐ kompaniya uchun zarar ko'rish riski yuzaga kelganda kompaniyaning direktorlar Kengashini bundan xabardor qilish;
- ☐ kompaniya faoliyatiga direktorlari Kengashi tomonidan ishlab chiqilgan axloqiy qoidalarini joriy qilish;
- ☐ o'z majburiyatlarini chin ko'ngildan, vijdonan va tashabbuskorlik bilan bajarish;
- ☐ direktorlar Kengashiga tegishli tarzda hisobot berish;
- ☐ o'z faoliyatida kompaniyaning ta'sis va ichki hujjatlariga, qonunchilik talablariga rioya qilish va kompaniya xodimlaridan ham xuddi shuni talab qilish;

□ xodimlarning manfaatlarini himoya qilish, ular uchun munosib mehnat sharoitlari ta'minlash.



Rasm . Kompaniya daraxti

Ushbu holda kompaniya va daraxt o'rtasida o'xshatish keltirilgan. Kompaniya poydevori nozik tomonlari to'g'ri tushunilgan madaniyat asosida quriladiki, bunda rastional dalillardan ko'ra ko'proq ruhiy ishonch omili katta rol o'ynaydi. Kompaniya madaniyati moliyaviy-xo'jalik faoliyatni va qanday tadbirlar joriy qilinishini aniqlaydi. Marketing va innovastiyalar kompaniya konstepstiyasi va uning asosiy siyosatidan keyin amalga oshiriladigan asosiy faoliyat turlaridir.

1990-yillar boshigacha yapon kompaniyalarining o'ziga xosligi:

- Yoshi ulug'lik tizimi
- Bir umrga yollash
- Kompaniya ichidagi mehnat uyushmalari
- Keyrestu
- Qo'llab - quvvatlash tizimi

Yoshi ulug'lik tizimi shunga asoslanadiki, oylik ish haqi xodimning yoshiga va kompaniyadagi ish tajribasiga qarab belgilanadi. Bir umrga yollash deganda, kompaniya tomonidan xodim uzoq muddatga, masalan, 60 yoshigacha ishga qabul qilinishi tushuniladi.

Yangi madaniyat sifatlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- o'zgarishlarga tayyorlik
- muhimi sifat va mijozdir
- innovastiyalar va marketing
- baynalminallik
- aniqlik va to'lovga qobiliyatlilik

Yangi madaniyat o'zgarishlarga juda ham sezuvchan bo'lib, sifat, mijoz, innovastiyalar, marketing, baynalminallik va ravshanlik, javobgarlik birlamchi ahamiyatga ega. Biz kiyimimizni o'zgartirganimizda eski kostyumimizni yangisiga almashtiramiz, biroq kostyum ostidagi narsa joyida qoladi. Xuddi shuningdek,

Yaponiya madaniyati o'zgarishsiz va tirikligicha qoladi. Sifat xaridor uchun qimmatini doimo saqlab qoladigan xislatdir. Eng yaxshi kompaniyalar nuqsonli tovarlarni sotmaydilar, ular ancha vaqtdan beri ko'p ko'ngilsiz hodisalardan holi bo'lib, doimo o'z mijozlariga quloq tutib keladi.

O'zgarishlar tushunchasi keng ma'noda qo'llanilishi mumkin, ya'ni:

- "O'zgarishlar" global dunyoda asosiy tushuncha;
- Ishlab chiqarish tizimidagi o'zgarishlar;
- Mahsulotlarning o'zgarishi;
- Tovarlarni bozorda o'tkazishdagi o'zgarishlar;
- Logistika o'zgartirish;
- Tashkilotni o'zgartirish va hokazo.

Korporativ nizo tushunchasi, nizolar sabablari va qatnashchilari

Har qanday nizoning mohiyatini tomonlar o'rtasida kelishuvning yo'qligi sifatida ta'riflash mumkin. Korporativ munosabatlar sub'ektlari o'rtasida manfaatlar muvozanatining yo'qligi korporativ nizolarga sabab bo'lishi mumkin.

Korporativ nizolar deganda jamiyat aksiyadorlari o'rtasida, jamiyat aksiyadorlari va menejerlari o'rtasida, investorlar (potensial aksiyadorlar) va jamiyat o'rtasida vujudga keladigan, quyidagi oqibatlardan biriga olib keladigan kelishmovchiliklar va tortishuvlar tushuniladi:

□ amaldagi qonunchilik me'yorlari, jamiyat nizomi yoki ichki hujjatlari, aksiyadorlar yoki ularning guruhlarini huquqlarining buzilishi;

□ jamiyat va uning boshqaruv organlariga qabul qilingan qarorlar bo'yicha da'volar;

□ amaldagi boshqaruv organlari vakolatlarini muddatidan oldin to'xtatish;

□ aksiyadorlar tarkibida jiddiy o'zgarishlar.

Korporatsiyalar faoliyatining o'ziga xosliklari tufayli nizolar vujudga kelishi uchun quyidagi sabablarni ko'rsatish mumkin.

Aksiyadorlik mulkida ishtirok etish uchun keng imkoniyatlar kapitallarning murakkab tarzda chigallashib ketishi va mos ravishda, manfaatdor tomonlar doirasining doimiy bo'lmasligini nazarda tutadi.

Mulkni boshqaruvdan ajratish (qaror qabul qilish va riskni qabul qilish funktsiyalarining taqsimlanishi) va nazorat funktsiyasining riskni qabul qilmaydigan va boshqaruvda ishtirok etmaydigan shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan alohida bir funktsiyaga ajratilishi korporatsiya faoliyati natijalaridan manfaatdor turli shaxslar o'rtasida manfaatlar mojarosining yuzaga kelishini belgilab berdi.

Zamonaviy iqtisodiyotda korporativ munosabatlar sub'ektlari o'rtasida vujudga kelayotgan jiddiy qarama-qarshiliklar va ixtiloflar mamlakatda ishlab

chiqarishning rivojlanishiga investitsiyalar oqimining kirib kelishiga to'g'inlik qilmoqda.

Barcha nizolar xilma-xilligini quyidagi to'rt turga ajratish mumkin:

1. Yirik (majoritar) va mayda (minoritar) aksiyadorlar munosabatlari nizosi.
2. Ichki aksiyadorlar (insayder) va tashqi aksiyadorlar (autsayder) nizosi.
3. Menejment (aksiyalarsiz yoki aksiyalar kichik paketiga ega) va aksiyadorlar nizosi.
4. Chetdan «nodo'stona qo'shib olish tashabbuskorlari» tarafdorlari va aksiyadorlar nizosi.

Ko'rib chiqilgan korporativ nizolar turlari ichida quyidagi xillarni ajratib ko'rsatish mumkin:

1. Qonunchilik me'yorlarining buzilishi korporativ huquq me'yorlari va jarayonlarini tasodifan buzish bilan bog'liq bo'lib, aksiyadorlar tomonidan ularning manfaatlariga tajovuz sifatida qabul qilinadi.
2. Qo'shib olish – aksiyadorlar guruhining (chetdan investorning) korxona ustidan nazorat o'rnatish jarayonida yuzaga keladigan nizolar.
3. Dividendlar bo'yicha nizolar – yirik va mayda aksiyadorlar o'tasida korxona foydasidan foydalanish borasida yuzaga keladigan nizolar.
4. Menejerlar bilan nizolar – aksiyadorlik jamiyatining menejerlari va aksiyadorlar o'rtasida kompaniyani boshqarish samaradorligi va menejerlar harakatlari vijdonanligi bo'yicha yuzaga keladigan nizolar.
5. Raqobat – aksiyadorlik jamiyatining moliyaviy holati va raqobatbardoshligiga putur etkazishga yo'naltirilgan nizolar.
6. Korporativ shantaj - minoritar aksiyadorlar ishtirokidagi, aksiyadorlik jamiyati yoki uning yirik aksiyadorlarini minoritariylardan ularga tegishli aksiyalar paketini bozor qiymatidan qimmat narxja sotib olish yoki nizoni to'xtatish uchun voz kechish muzdi to'lashga undashga yo'naltirilgan nizolar.

Hamkorlikda bo'lmagan qo'shilishlardan himoya qilish usullari

Qonunchilikda «qo'shib olish» tushunchasiga yuridik ta'rif berilmagan. Biroq xo'jalik yuritish amaliyoti shuni ko'rsatadiki, nodo'stona qo'shib olish holatlari mulkchilikning o'zgarish jarayonlari to'xtamayotgan sharoitlarda O'zbekistonda keng tarqalgan. Jahon amaliyotida bunday harakatlar «yutib olish» nomini olgan.

«Hamkorlikda bo'lmagan qo'shilish» (aksiyalarni agressiv ravishda sotib olish) deganda investorning aksiyadorlik jamiyatining aksiyalar nazorat paketini aksiyadolardan menejerlarning roziligisiz xarid qilish bo'yicha harakatlari tushuniladi. Agressiv ravishda xarid qilish aksiyadorlar tarkibida jiddiy o'zgarishlarga, DK shaxsiy tarkibi va kompaniyaning etakchi menejerlarini

almashtirishga, kompaniyaning moliya siyosatini o'zgartirishga, aksiyadorlik jamiyati faoliyatining asosiy yo'nalishlari va aksiyadorlarga nisbatan siyosatning o'zgarishiga olib keladi.

Amaliyotda nodo'stona qo'shib olish tashabbuskori sifatida doim ham tashqi investor ishtirok etmaydi, bu qo'shib olinayotgan aksiyadorlik jamiyatining minoritar aksiyadori ham bo'lishi mumkin.

Aksiyadorlik jamiyati menejmenti va aksiyadorlariga bilvosita ta'sir usullari qatoriga quyidagilar kiritiladi:

- korxonaga nisbatan amaldagi menejerlar tarkibi vakolatlarini to'xtatish, aksiyadorlik jamiyati boshqaruv organining ishini to'xtatib turish, aksiyalarning qadrsizlanishi bilan tahdid soladigan bankrot jarayoni qo'zg'atish. Siz yirik ta'minotchi-kompaniya bilan hamkorlik haqida kelishib olasiz. Ayrim shartlarni, xususan, to'lov muddatini keyinga surish masalasini siz og'zaki kelishib olasiz (haqiqatda ko'proq shunday bo'ladi). Ma'lum vaqt o'tgandan so'ng kelishib olingan shart «esdan chiqariladi» va siz bankrot jarayoniga tortilgan bo'lib chiqasiz.

- korxona faoliyati uchun uning ta'minotchilari, kreditorlariga ta'sir ko'rsatish vositasida sun'iy iqtisodiy qiyinchiliklar yaratish; qarzlarni sotib olish;

- huquq-tartibot, soliq va bojxona organlari, ya'ni «ma'muriy resurs» tomonidan aksiyadorlik jamiyati faoliyatining ko'p sonli tekshiruvlarini tashkillashtirish;

- aksiyadorlarga ta'sir ko'rsatish maqsadida jamiyat haqida salbiy axborot chop etish;

- jamiyat va uning rahbarlariga nisbatan turli da'volar qo'zg'atish;

- aksiyadorlarga ularga tegishli aksiyalarni sotish taklifi bilan Toshkent murojaat qilish (bunday murojaat usullari har xil).

Kompaniyaning hamkorlikda bo'lmagan qo'shilishdan himoya qilish usullari quyidagicha:

- 1) korxona aksiyalarining yakuniy xaridori kim (buyurtmachi kim) ekanligi va u qanday maqsadda korxona ustidan nazorat o'rnatish istagida ekanligini aniqlash;

- 2) aksiyalarni javob tariqasida sotib olish – eng tarqalgan himoya usuli. Aksiyalar sotib olishni emitentning o'zi (o'z aksiyalarini o'z balansiga yoki sho'ba tashkilot balansiga xarid qilish yo'li bilan), emitentning aksiyadorlari yoki do'stona munosabatdagi tashqi investor («oq ristar») tashkillashtirishi mumkin;

- 3) reestr egasini almashtirish (reestr egasi kompaniya aksiyadorlari ro'yxatiga to'liq foydalanish huquqiga ega va u axborotni noqonuniy tarqatishi mumkin);

4) agressor sun'iy ravishda kompaniyani qarzдор qilib qo'yimasligi uchun barcha to'lanmagan qarzlarni sotib olish.

Agressor sizning qarzlaringizni sotib olmoqda. Qarz to'lanishidan bir necha kun oldin bosqinchi-kreditor o'z schetlarini yopadi, manzilini o'zgartiradi, uch oydan keyin esa sudga qarzдорni bankrot jeb e'lon qilish da'vosi bilan murojaat qiladi;

5) qo'yidagi maqsadda zudlik bilan qayta tashkil qilish.

6) yopiq yozishmalar yo'li bilan emissiya (qo'shimcha qimmatli qog'ozlar chiqarishni joylashtirish). Jarayon juda katta (vaqt bo'yicha – bir chorak atrofida), lekin eng samarali usul hisoblanadi. qimmatli qog'ozlarni joylashtirish haqida qaror aksiyadorlar umumiy yig'ilishida qabul qilinishi, bunday qaror uchun yig'ilishda qatnashayotgan aksiyalarning kamida 75%i ovoz berishi lozim;

7) qo'shib olish ob'ektining jalb etuvchanligini pasaytirish (aktivlarning bir qismini sotib yuborish, ayrim ob'ektlarni ijaraga berish, aktivlarga garovga qo'yish, muammoli aktivlar va passivlar sotib olish);

8) nizom bilan himoyalaniş – eng oldini olish chorası hisoblanadi (masalan, aksiyadorlik jamiyatlari to'g'risidagi qonunda aytilishicha: jamiyat nizomida bitta aksiyadorga tegishli bo'lgan aksiyalar soniga va ularning umumiy nominal qiymatiga cheklov belgilanishi mumkin. Aksiyador jamiyatning ovoz berish huquqiga ega bo'lgan aksiyalarining 1% igacha ega bo'lishi mumkin):

- nizomda ularni tuzish yirik bitimlar uchun belgilangan jarayon bo'yicha amalga oshirilishi lozim bo'lgan bitimlar ro'yxatini kengaytirish;

- aksiyadorlik jamiyatining oliy tabaqa menejerlari bilan shartnomalarga jamiyat tomonidan shartnomani muddatidan oldin bekor qilishda katta miqdorda tovon pul to'lash majburiyatini kiritish;

- qo'shib olish va birlashish masalalarini hal qilish uchun zarur ovozlar foizining yuqori bo'lishi sharti. Ayrim g'arb kompaniyalari zarur ovozlar sonini 95%gacha belgilaydilar;

9) davlatning jamiyatni boshqarishda ishtirok etish maxsus huquqini joriy qilish («oltin aksiya»), bu agressorlarning qiziqishini keskin pasaytiradi.

Korporativ nizolarni tartibga solish

Turli aksiyadorlar guruhları o'rtasidagi nizolar moha ko'ra iqtisodiy nizolar hisoblanadi, chunki bu avvalo jamiyat chiqargan aksiyalarni o'zlashtirish va sotib yuborish bo'yicha yuzaga keladigan nizolardir. Korporativ nizolarni hal qilish usuli bo'yicha u, shubhasiz, huquqiy nizolar sirasiga kiradi. Buni shu bilan asoslash mumkinki, nizo qatnashchilari murosaga kela olmagan va bitim tuzish yo'li bilan yoki yig'ilish qarorida o'z xohishini bildirmagan bo'lsa, nizoni hal qilish sud tomonidan fuqarolik va hatto jinoiy ishlarni ko'rib chiqish vositasida

ro'y beradi. Hozirgi paytda mavjud bo'lgan empirik va huquqiy ma'lumotlar shakllanayotgan aksiyadorlar huquqini himoya qilish tizimida barqaror va asosiy ziddiyatlarni aniqlashga imkon bermoqda. Qarama-qarshilikning mohiyati shundaki, mavjud aksiyadorlar huquqini himoya qilish tizimida ikkita qarama-qarshi yondashuv mavjud.

Birinchi yondashuv. Aksiyadorlik kapitalining bir qo'lda to'planishi (konstentratsiya) - aksiyadorlarni himoya qilish huquqiy vositalari minimal va minoritar aksiyadorlarni himoya qilish huquqiy vositalari maksimal bo'lishini ko'zda tutadi, o'ziga xos o'zaro neytrallash vaziyatini yaratadi: asta-sekinlik bilan mayda aksiyadorlarni chiqarib yuborish korporativ sektor nuqtai nazaridan minoritariylarni himoya qilish keng vositalari ahamiyatini pasaytiradi, mayda aksiyadorlarni himoyalash vositalarining o'zi esa korporativ shantaj vositalariga aylanadi.

Ikkinchi yondashuv. Aksiyadorlarni himoya qilish huquqiy vositalarining yoyiq tizimini yaratish, o'z navbatida, bir qo'lda to'planish (konstentratsiya) jarayonining davom etishini to'xtatib turadi (iqtisodiy jarayonlarga teskari ta'sir omili sifatida). Bunda esdan chiqarmaslik kerakki, konstentratsiyani davom ettirish yo'li bilan o'z manfaatlarini himoya qilish bu – yirik aksiyadorlarning alohida huquqlari, ular himoya qilishning huquqiy vositalari yo'qligiga emas, balki buyurtma asosida qo'llanishga javob beradi, chunki minoritar aksiyadorlar na konsolidatsiya sharoitlariga, na mustaqil sud imkoniyatlariga ega emas.

Lekin shunga qaramay, O'zbekistonda korporativ boshqaruvning rivojlanishida ayrim umid uyg'otuvchi tendensiyalar kuzatilmoqda.

1. Korporativ boshqaruv sohasida umumiy siyosatni amalga oshirish bo'yicha davlat organi – Davlat Mulk Qo'mitasi mavjud.

2. Qator korxonalar o'z korporativ boshqaruv kodekslarini ishlab chiqdi va qabul qildi, shuningdek, direktorlar Kengashiga tashqi aksiyadorlar vakillarini kiritdi.

3. Kompaniyalar dividend siyosatining yaxshilanishi korporativ munosabatlar etukligidan dalolat beradi. Ko'pchilik kompaniyalar foydani qayta taqsimlashga diqqat bilan e'tibor qarata boshladi.

4. Menejrlarning mulk egalari nazorati ostida bo'lishi bilan bog'liq vaziyatlarda ham ijobiy o'zgarishlar kuzatilmoqda. Yaxshi ishlamayotgan rahbarlarni ishdan bo'shatish xavfi korporativ boshqaruvda faoliyat ko'rsatayotgan mexanizmlardan biriga aylanmoqda.

5. Kompaniyalar haqida korporativ boshqaruv bilan bog'liq risklar nuqtai nazaridan axborotga talab o'smoqda.

13-mavzu: Qayta qurish va inqirozga qarshi boshqaruv jarayonida korporativ boshqaruv roli

Reja:

- 1. Hissadorlik jamiyatlarida kapitallar tarkibini boshqarishning maqsadi va vazifalari**
- 2. Moliyaviy boshqarishda kapitallar tarkibini boshqarish va qiymatini baholashning ahamiyati**

Hissadorlik jamiyatlarida kapitallar tarkibini boshqarishning maqsadi va vazifalari

Hissadorlik jamiyati faoliyat ko'rsatishining zaruriy sharti unda kapitalning mavjudligi hisoblanadi. Biroq buning o'zigina etarli emas. Jamiyatning farovonligi bu kapitalni boshqarish qanchalik samarali amalga oshirilishiga ham bog'liq bo'ladi. boshqaruv masalalariga doir ko'p sonli chop etilgan ma'lumotlar muayyan holat uchun tanlov qilish va uni amalga oshirish uchun nazariy va amaliy ishlanmalar etarli degan tasavvur uyg'otishi mumkin. Shu bilan birga, turli yo'nalishdagi korxonalarining faoliyat tajribasi shuni ko'rsatadiki, aslida boshqaruv bu – qat'iy ishlab chiqilgan uslubiyatdan ko'ra san'atga yaqinroq. Kapitalni samarali boshqarishga o'rganish uchun uning tarkibini, har bir tarkibiy qismining xususiyatlarini, sifat va funktsional bog'liqliklarni yaxshi bilish talab etiladi.

Balansning faol qismi tahlilchi uchun noaniqliklar yig'indisini ifodalaydi. Ulardan biri asosiy vositalarning holati hisoblanadi. Hisob tizimida ularning qiymatini ko'rsatishning o'zi etarli emas. Eskirganlik darajasi haqida qisqacha ma'lumotnoma ham foydalanilayotgan asosiy vositalar sifati haqida axborot beravermaydi. Ushbu iqtisodiy shart-sharoitlarda va ushbu korxonada asbob-uskunalaridan foydalanish samaradorligini hisobga olgan holda yanada chuqur tahlil qilish zarur⁴.

Balans passivini ko'rib chiqamiz. Bu erda kapital moliyaviy qiyofada namoyon bo'lib, o'zining ikkinchi yuzini ko'rsatadi. Korxona mablag'larining manbalarini ikkita katta guruhga – o'zining mablag'lari va qarzga olingan mablag'larga taqsimlash mumkin. Kapital ham o'zining va qarzga olingan turlarga bo'linadi.

O'z kapitali quyidagi qismlardan iborat:

- ☐ hissadorlik kapitali;
- ☐ qo'shimcha kapital;
- ☐ zaxira kapitali;
- ☐ korxonaning to'plangan foydasi.

⁴ Поршнева А.Г. и др. Управление организацией.- М.: ИНФРА-М, 2008. –с.312.

Hissadorlik kapitali bu – jamiyatning asosi, uning tamal toshidir. Biroq turli vaqtda u turlicha rol o‘ynaydi. Qonunchilikda uning hajmi bevosita yoki bilvosita tartibga solinadi. Bir holatda u yoki bu faoliyat turi bilan shug‘ullanuvchi korxona uchun nizom (hissadorlik) kapitalining eng kam hajmi belgilanadi. Boshqa holatda tartibga solish boshqa voqeliklar, masalan, zaxira fondi bilan aloqa orqali amalga oshiriladi.

Hissadorlik kapitali hajmi, garchi uning turlicha shakllanishiga yo‘l qo‘yilsada, pul qiymatida ifodalanadi. Biroq har qanday hissador o‘z ulushuni kiritish usulidan qat’i nazar ma’lum miqdorda aksiyalar oladi. Aksiyalar, pul nominali orqali ifodalansada, shunga qaramay likvidli vositalar hisoblanmaydi. Ularni pulga aylantirish uchun ma’lum vaqt kerak. Shunday qilib, hissadorlik kapitali alohida elementlar – aksiyalardan iborat bo‘ladi. Buning afzalligi shundaki, aksiyalar egasini osonlik bilan almashtirish mumkin bo‘ladi.

Jamiyatni tashkil qilishda har bir ta’sischi o‘zi kiritgan ulushga proporsional sonda va jamiyatni tugatish chora-tadbirlari o‘tkazishda ularga da’vo qiladigan aksiyalar oladi. Shu sababli aytish mumkinki, hissadorlik kapitali jamiyatning hissadorlari oldidagi qarzlarini ifodalaydi. U turli xarakterga ega bo‘ladi.

«Hissadorlik jamiyatlari to‘g‘risida»gi Qonunda hissadorlik kapitalini strukturalashni o‘tkazishga ham yo‘l qo‘yiladi. Uning 25 foizgacha bo‘lgan qismini imtiyozli aksiyalar tashkil etishi mumkin. ularning ulushi kichikligiga qaramay, ular jamiyat boshqaruvini tashkil qilishda qo‘shimcha vosita sifatida foydalanilishi mumkin.

Qarz kapitalining ulushi hissadorlarga jamiyatning obligastiyalari bilan dividend to‘lash hisobiga ham o‘sishi mumkin. O‘zining va qarzga olingan mablag‘lar o‘rtasida «quyilish»ning boshqa variantlari ham mavjud. Misol tariqasida garov shartnomasini keltirish mumkin. Bu shartnoma tuzilgandan so‘ng garovga pul beruvchi garovga qo‘yuvchi kishiga qarz mablag‘lari beradi. O‘z navbatida, garov tariqasida jamiyatning aksiyalaridan foydalanish mumkin. Aksiyalarni berish nizom kapitalining o‘zgarishiga olib kelmaydi, biroq bunda qarzga olingan mablag‘lar miqdori ortadi. Demak, hissadorlik kapitali moliyaviy resurslarni jalb qilishda kafolat bo‘lib xizmat qilishi mumkin.

Muayyan korxona uchun kapitalning tarkibiy qismlari o‘rtasida korrelyastion o‘zaro aloqalar tajriba yo‘li bilan ham aniqlanishi mumkin. gap shundaki, u yoki bu aloqa doim ham yaqqol bo‘lavermaydi. Shu sababdan kapital tarkibini tadqiq etishning quyidagi tartibini taklif qilish mumkin:

- matematik modelda ishtirok etadigan alohida tarkibiy qismlarni ajratish;
- asosiy o‘zaro bog‘liqliklarni sifat darajasida aniqlash;
- kapitalning turli tarkibiy qismlari o‘rtasida korrelyastiya aloqalarining matematik ta’riflash;

□ korrelyastiya funktsiyalarining xarakterini aniqlash va ularni ma'lum belgilar bo'yicha tasniflash;

□ hissadorlik jamiyati kapitalining tarkibi va o'zaro aloqalarini hisobga oladigan matematik model tuzish.

Professor V.S. Karelinning fikricha, "Matematik model sifatida ko'plik regressiyadan foydalanish mumkin. Tadqiqotlar uchun omillar tahlili (omilli tahlil) eng istiqbolli ko'rinadi. Bu holatda omillar sifatida kapitalning alohida tarkibiy qismlari qiymatlari tanlanadi, hozirgi paytda eng katta qiziqish bildirilayotgan tarkibiy qism esa tadqiq etiladi"⁵.

Ishlab chiqarish vositasining ahamiyati oshirilgan yalpi tushumning oshirilgan ishlab chiqarish hajmiga nisbati sifatida aniqlanadi. Berilgan boshlang'ich nuqtada hosila olamiz. Ushbu ko'rsatkichni tahlil qilish uchun ikkita aytib o'tilgan ko'rsatkichning o'zaro bog'liqligi grafigini tuzish maqsadga muvofiq. Ko'rinib turibdiki, olingan bog'liqlik – chiziqli emas, shu sababli ko'rsatkichning qiymati tanlab olingan hisob-kitob nuqtasidan aniqlanadi. Ishlab chiqarish vositasi (L_p) o'zgarishlardan so'ng quyidagi ko'rinishda ifodalanishi mumkin:

$$L_p = Q / (p - v) \quad (1)$$

bu erda Q — shartli doimiy xarajatlar hajmi,

r — mahsulot birligi narxi,

v — chiqarilayotgan mahsulot birligining o'zgaruvchan xarajatlar qiymati.

Ko'rinib turibdiki, yalpi foydaning o'sishi chiqarilayotgan mahsulot hajmining o'sish qiymatidan ancha katta bo'lishi lozim. Turli korxonalarni ishlab chiqarish vositasi hajmi bo'yicha taqqoslashni ularda mahsulot chiqarish hajmi bir xil bo'lgan hollardagina amalga oshirish mumkin.

Moliyaviy vosita L_f sof foyda o'sishining yalpi foyda o'sishiga nisbati sifatida hisob-kitob qilinadi. Bu erda ham chiziqsiz bog'liqlik yaqqol ko'zga tashlanib turadi va hisob-kitoblar o'ziga xosligini belgilab beradi. Moliyaviy vosita ajmini quyidagi tarzda aniqlash mumkin:

$$L_f = CP / (CP - I) \quad (2)$$

bu erda SR — sof foyda hajmi,

I — kreditlar bo'yicha to'lanadigan foizlar hajmi.

Korxona qarzga olingan mablag'larni qanchalik ko'p jalb etsa, moliyaviy vosita qiymati shunchalik katta bo'ladi. Korxonalarni ularning moliyaviy vositasi hajmi bo'yicha taqqoslash uchun ularning bir xil yalpi daromad hajmiga ega bo'lishi zarur.

⁵ Карелин В.С. Финансы корпораций.-М.: «Дашков и К», 2005.- с. 106

Moliyaviy vosita mavjudligida foydaning foizdagi o'sishi yalpi daromadning mos keluvchi o'sishiga to'g'ri kelmaydi. Shu bois ba'zida yangi ko'rsatkich – o'z mablag'larining rentabelligi kiritiladi. U sof foyda hajmining o'z mablag'lari hajmiga nisbati sifatida aniqlanadi. Ko'rinib turibdiki, foyda mavjudligida qarzga oilgan kapitaldan foydalanish ushbu ko'rsatkichni oshiradi.

Iqtisodiy vositalarni aniqlash mahsulot chiqarishning o'sishi va sof foydani bir-biri bilan bog'laydigan uchinchi ko'rsatkichni kiritish haqidagi fikrning tug'ilishiga olib keladi.

$$\begin{aligned} \text{Yalpi daromad /Mahsulot chiqarish hajmi} \times \text{Sof foyda /Yalpi daromad} = \\ = \text{Sof foyda /Mahsulot chiqarish hajmi.} \end{aligned}$$

Mazkur koeffitsient korxonaning yakuniy faoliyat natijasini mahsulot chiqarish hajmi bilan bog'laydi. Shu bilan bir paytda u yoki bu natija vujudga kelishining sabablarini aniq ajratish yo'qoladi.

Keltirilgan dinamik tavsiflar bo'yicha risk hajmining miqdoriy tavsifini kiritish mumkin. Ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish (moliyaviy) vositasi qiymati qanchalik katta bo'lsa, ishlab chiqarish (moliyaviy) xarakteriga ega yo'qotishlar bilan bog'liq risk shunchalik katta bo'ladi. Olinadigan koeffitsientlar hajmsiz ekanligi sababli ularni tahlil qilish qiyinchilik tug'dirmaydi. Masalan, bitta tarmoqqa mansub korxonalar uchun ushbu koeffitsientlarni hisob-kitob qilish maqsadga muvofiq. Bu holatda koeffitsient hajmi bo'yicha kapitalni quyidagilarga strukturalash imkoniyati paydo bo'ladi:

- ☐ past riskli;
- ☐ o'rtacha riskli;
- ☐ yuqori riskli.

Bunda ishlab chiqarish yoki moliyaviy tarkibiy qism albatta kelishib olinishi lozim. Shuni e'tiborda tutish kerakki, risklar potentsial xarakterga ega bo'ladi va quyidagi hollarda paydo bo'ladi:

- ☐ korxona chiqarilayotgan mahsulot hajmini turli usullar bilan ko'paytirishga harakat qilsa;
- ☐ iqtisodiy vaziyat beqaror bo'lib, korxonaning bozordagi ahvoliga salbiy ta'sir ko'rsata oladigan omillar harakat qiladigan bo'lsa.

Korxonaning qimmatli qog'ozlari xususiyatini tavsiflaydigan eng muhim tavsiflardan biri β (beta) koeffitsienti hisoblanadi. Ma'lum bo'lishicha, ushbu koeffitsient korxonaning moliyaviy vositasi bilan, demak, kapital tarkibi bilan bevosita bog'liq ekan. Masalan, aniqlanishicha, aksiyalar uchun talab qilinadigan zaruriy foyda me'yori quyidagi ko'rinishda ifodalanishi mumkin:

$$R_j = i + [(R_m - i) / \sigma_\mu^2] (r_{ju,m} \sigma_\mu) [1 + D(1 - T_c) / S] \quad (3)$$

bu erda i — risksiz foiz stavkasi;
 R_m — bozor portfelidan kutilayotgan daromadlar;
 σ_μ — bo‘lishi mumkin bo‘lgan bozor foydasini taqsimlashdan o‘rtacha kvadratik og‘ish;

σ_{ju} — qarzga olingan mablag‘lar yo‘qligida j qimmatli qog‘ozlar uchun bo‘lishi mumkin bo‘lgan foyda qiymatini taqsimlashdan o‘rtacha kvadratik og‘ish;

$r_{ju,m}$ — qarzga olingan mablag‘lar yo‘qligida j qimmatli qog‘ozlar paketidan olinadigan foyda va bozor portfeli o‘rtasida korrelyatsiya koeffitsienti;

D/S — qarz miqdorining o‘z kapitaliga nisbati;

T_s — foyda solig‘i.

Qoidaga ko‘ra, mazkur formulani taftish usuliga qarab boshqa ko‘rinishda taqdim etish mumkin. Birinchi variant SARM usuliga bilan eng yaxshi muvofiqlikni aniqlash uchun foydalaniladi va shu sababli ifoda regressiya tenglamasiga maksimal darajada yaqinlashtirilgan bo‘ladi.

$$R_j = i + (R_m - i)\beta_{ju}[1 + D(1 - T_c)/S] \quad (4)$$

bu erda β_{ju} — qarzga olingan mablag‘lar yo‘qligida aksiyalar bo‘yicha foydaning o‘sishi va bozor portfeli foydasining o‘sishi o‘tasidagi aloqani tavsiflaydigan keltirilgan regressiya koeffitsienti.

Ushbu ifodani uchta tarkibiy qismning yig‘indichi ko‘rinishida taqdim etish mumkin. Birinchi tarkibiy qism – i – risksiz foiz stavkasi, ikkinchi tarkibiy qism – $(R_m - i)\beta_{ju}$ – operatsion riskni kompensastiyalash daromad stavkasi, $(R_m - i)\beta_{ju}[D(1 - T_c)/S]$ esa moliya riski uchun qo‘shimcha mukofotni tavsiflaydi. Ko‘pincha ekvivalent β odatiy qiymatiga kelinadi:

$$\beta_j = \beta_{ju}[1 + D/S(1 - T_c)] \quad (5)$$

bu erda β_j, β_{ju} — mos ravishda vosita mavjudligida va yo‘qligida beta 138 koeffitsientlari.

Kapitalning sifat va son tavsifi tahliliga yakun yasaymiz, aytish mumkinki, korxona faoliyati samaradorligi nuqtai nazaridan quyidagilar eng katta qiziqish uyg‘otadi:

- ☐ o‘z kapitalining rentabelligi;
- ☐ butun kapitalning rentabelligi;
- ☐ qarzga olingan mablag‘larning o‘z mablag‘lariga nisbati (moliyaviy vosita «yelka»si);
- ☐ ishlab chiqarish (operatsion) vositasi hajmi;
- ☐ moliyaviy vosita hajmi;

- ☐ ichki o'sish sur'atlari;
- ☐ moliyaviy va ishlab chiqarish faoliyati bilan bog'liq risk.

Moliyaviy boshqarishda kapitalar tarkibini boshqarish va qiymatini baholashning ahamiyati

Kapital o'z mohiyatiga ko'ra bir xil emas va turlicha tavsiflarga ega ekanligi sababli uning tarkibini baholashda u yoki bu ko'rsatkichdan foydalanish zarurati vujudga keladi, bu sifatda odatda qiymat tushunchasidan foydalaniladi. Buning sababi ushbu ko'rsatkichning bevosita xarajatlar bilan, demak, ularni hisobga olish shakllari bilan bog'liqligi hisoblanadi. Shunday bo'lib tuyulishi mumkinki, kapital narx ushbu sharoitlar uchun qat'iy belgilab qo'yilgan o'zgarmas ko'rsatkich, lekin aslida bunday emas. Jamiyat kapitalining barcha tarkibiy qismlari qiymatini (narxi) ko'rib chiqish va osonlik bilan shuni ko'rish mumkinki, bir holatda narx shakllanishiga ta'sir etuvchi siyosiy va boshqa sub'ektiv omillar mavjud bo'ladi, boshqa holatda esa qabul qilingan buxgalteriya hisobi yuritish uslubi o'z aksini topadi. Shu sababli jamiyat kapitalining narxiga ta'sir etish uchun ayrim imkoniyatlar mavjud hisoblanadi. Biroq normal rivojlanayotgan iqtisodiyotda bunday ta'sir darajasi etarli darajada cheklangan ekanligini ta'kidlab o'tish joiz.

Korxona moliyalashtirish usulini o'zi tanlaydi. Bunda qabul qilingan qaror ko'p jihatdan bir qaraganda, iqtisodiy zarurat bilan bog'liq bo'lmagan omillarga bog'liq bo'ladi. Ularning orasida – turli xil reytinglar, firmaning raqobatli maqomi kabi ko'rsatkichlar va h.k. Shunday qilib, kapital tarkibiga sof tashqi omillar ta'sir ko'rsata boshlaydi. Korxona tahlilchi firmalarning byulletenlarida, sharhlarida qanday aks etishiga, o'z faoliyatining yakunlari va joriy ishlari haqida axborotni qanday taqdim etishiga bog'liq bo'lib boradi. Hamkorlar va kreditorlar moliyaviy hujjatlardan tashqari alohida e'tibor qaratadigan bir nechta asosiy omillarni ajratib ko'rsatish mumkin:

- ☐ buxgalteriya hisobi yuritish usuli;
- ☐ firma axborotlarining ochiqlik darajasi;
- ☐ audit o'tkazishga turli xil mahalliy va xorijiy tashkilot va mutaxassislarni jalb etish;
- ☐ fond ko'rsatkichlari va b.

Shunday qilib, kapital qiymati ob'ektiv va sub'ektiv tarkibiy qismlardan tashkil topadi. Bunda sub'ektiv tarkibiy qismlar reyting ko'rsatkichlariga qarab jiddiy o'zgarib turishi mumkin. Turli korxonalar qarz kapitali bo'yicha turlicha xarajatlarga ega bo'lishi mumkin. Hissadorlik kapitaliga keladigan bo'lsak, uning narxi ham korxona o'zini qay tarzda moliyalashtirishi mumkinligiga qarab turlicha bo'lishi mumkin.

Kapitalning yakuniy qiymati alohida tarkibiy qismlar bo'yicha xarajatlarni o'lchash yo'li bilan shakllantiriladi. Aytilganlarni quyidagi formula bilan ifodalash mumkin:

$$C = k_1 C_1 + k_2 C_2 + \dots + k_n C_n \quad (6)$$

bu erda S_i — kapitalning har bitta tarkibiy qismi narxi,
 k_i — alohida tarkibiy qismning vazni.

Kapitalning o'rtacha tortilga qiymatini hisob-kitob qilish bilan bog'liq ayrim qiyinchiliklar vujudga kelishi mumkin. Muammo tarkibiy qismlarni qaysi ko'rinishda hisobga olish kerakligidan iborat. Hisobga olishning ikki xil usuli mavjud: bozor qiymati bo'yicha va balans qiymati bo'yicha. Ikkala usulning ham afzalliklari, ham kamchiliklari mavjud. Shubhasizki, bozor qiymati haqiqatda mavjud qiymatga yaqinroq hisoblanadi. Shu bilan bir paytda bozor doimiy harakatda bo'ladi va bu baholash jarayonining o'zini qiyinlashtirib qo'yadi.

Hissadorlik kapitaliga xizmat ko'rsatish xarajatlarini tahlil qilishda ilgari mavjud bo'lgan kapital va emissiya natijasida hisobot davrida olingan kapitalga taqsimlash zarur. Dastlabki holatda faqat dividendlar va ular bilan bog'liq xarajatlarni, keyingi holatda esa – emissiyani chiqarish va joylashtirish bilan bog'liq xarajatlarni hisobga olish lozim.

Oddiy hissadorlik kapitali qiymatini hisob-kitob qilishda odatda Gordonning klassik formulasidan foydalaniladi⁶:

$$P = D / (k - g) \quad (7)$$

bu erda R — aksiyaning bozor narxi,
 k — daromadlar bo'yicha joriy bozor foizi,
 g — dividend to'lovlarining yillik doimiy o'sishi.

Bu erda k koeffitsientini kapital qiymatini tavsiflaydigan ko'rsatkich, ya'ni korxona mavjud bo'lgan butun davr davomida jalb qilingan mablag'lardan foydalanish uchun to'lanadigan foiz sifatida ifodalash mumkin:

$$k = D / P + g. \quad (8)$$

Bu erda $-g$ ko'rsatkich noma'lum bo'lib qolaveradi, chunki hozirgi paytda biron-bir korxona yaqin kelajakda doimiy o'sishni kafolatlashi amrimahol, shu sababli «bir vaqtdalik», to'lovlarning o'ziga xosligini hisobga olib, soddalashtirilgan ifodani, ya'ni V/R nisbatini taklif etish mumkin. Gordon formulasining kamchiligi shundaki, unga muvofiq aksiyalar narxi dividendlarning o'sishida chiziqli ravishda o'sadi. Biroq bu doim ham shunday emas, chunki

⁶ 13 Брейли Р., Майерс С. «Принципы корпоративных финансов», М.: «Олимп бизнес», 2008 г. - с. 427

taqsimlanmagan foydaning kamayishi korxona istiqbolda qarzga mablag'lar olishga majbur bo'lishidan darak beradi.

«Hissadorlik jamiyatlari to'g'risida»gi Qonunda kumulyativ imtiyozli aksiyalar kabi qimmatli qog'ozlar turlarining paydo bo'lishiga yo'l qo'yadi⁷. Ular shunisi bilan xarakterliki, ular bo'yicha dividendlar belgilangan muddat davomida jamg'ariladi va shundan keyingina to'lanadi. Shu sababli bu erda narxni hisob-kitob qilish uchun dividendlar hajmi o'rniga oddiy imtiyozli aksiyalardagi kabi keltirilgan davrga, faqat bozor foiz stavkasi orqali barcha to'lovlar hajmidan foydalanish kerak. Bir qarashda dividend to'lovlaridan tashqari kapitalga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq boshqa hech kanday to'lovlar yo'qday ko'rinadi. Biroq zarur hollarda hisob-kitoblarni birmuncha murakkablashtirish mumkin. Masalan, harajatlar tarkibiga emissiya prospektini tayyorlash va ro'yxatdan o'tkazish, reklama qilish va joylashtirish bo'yicha xarajatlarni kiritish mumkin. Agar emissiya uchun soliq to'lash zarur bo'lsa, bu ham kapitalga xizmat ko'rsatishga kiradi. Ehtimol, ba'zida asosiy fondlarni qayta baholash natijalari bo'yicha nizom kapitalini oshirish bo'yicha o'ziga xos holatlarni ko'rib chiqishga to'g'ri kelar. Bunday vaziyatda nizom kapitalining o'zgarishi mulk solig'ining o'sishi bilan birga kuzatiladi, bu esa bilvosita mavjud xarajatlarga kiritilishi mumkin.

Professor S.V. Zagorodnikovning fikricha, rivojlangan fond bozorlarida hissadorlik kapitali narxining o'zgarishi korxona farovonligining sezgir bir ko'rsatkichi hisoblanadi. Bunda qoidaga ko'ra, oddiy Gordon formulasiga qaraganda murakkabroq bog'liqlikda bo'lsada, aksiyalarning bozor narxida o'zgarishlar ro'y beradi⁸.

Olingan kreditdan foydalanayotgan korxona bankka yoki boshqa kredit muassasasiga foizlar to'lashga majbur. Aynan shu sababli kapitalning mazkur tarkibiy qismi o'zining ma'lum bir narxiga egaligi haqida gapirish mumkin. Biroq bu narxni faqat to'lanadigan foizlar hajmidan kelib chiqqan holda hisob-kitob qilib bo'lmaydi. Bu erda quyidagilarni bilish zarur:

- ☐ korxonaga kredit ajratgan sub'ektni;
- ☐ kredit vositalarining maqsadli vazifalarini;
- ☐ kreditdan real foydalanishni;
- ☐ moliya sohasida davlat siyosatini;
- ☐ kredit olingan valyuta turini.

Shartnomaga muvofiq korxona kredit tashkilotiga foizlar to'lashi lozim. Uning uchun to'lov muddatlari hajmi va o'z vaqtidaligi muhim. Biroq korxonaning o'zida to'lov uchun mablag'larni olish mumkin bo'lgan turli «manbalar» mavjud.

⁷ O'zbekiston respublikasining "Hissadorlik jamiyatlari va hissadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi qonuni.-T: O'zR 21.12.2007 y. O'R -135-son qonuniga muvofiq o'zgartirishlar kiritilgan holati.

⁸ Загородников С.В. Финансы и кредит. – М.:«Омега-Л», 2008г.- с 137

Shunga qarab kapitalning qarzga olingan qismi narxi ham o'zgaradi. Real foizlar faqat korxona foydasidan to'lanishi yoki qisman chiqarilayotgan mahsulot tannarxiga kiritilishi mumkin.

Jamiyatning qarz majburiyatlari qatoriga u tomonidan chiqarilgan obligastiyalarni ham kiritish lozim. Jamiyatning obligastiya chiqaruviga xizmat ko'rsatish bo'yicha xarajatlarini quyidagi turlarga taqsimlash mumkin:

- ☐ emissiya tayyorlash bo'yicha xarajatlar;
- ☐ emissiyani joylashtirish bo'yicha xarajatlar;
- ☐ foiz to'lovlari;
- ☐ to'lov va qaytarib berish jarayonlari o'tkazish xarajatlari.

Obligastiyalar narxini faqat foiz to'lovlaridan kelib chiqib aniqlash uchun klassik formulani taklif etish mumkin. Agar obligastiyalar belgilangan vaqt muddatida to'lanadigan bo'lsa, bunda ularning egalariga to'lanadigan obligastiyalar nominalini ham hisobga olish zarur

Obligastiyalar bo'yicha foizlar soliqqa tortiladi, shuning uchun ularning narxi stavkaga qarab o'zgarib turadi. Obligastiyalarni joylashtirishda shuni hisobga olish kerakki, bu turdagi qimmatli qog'ozlar nominaldan qimmatga ham sotilishi mumkin. Ba'zida hisob-kitob uchun quyidagi formula qo'llanadi:

$$C = [C_{nom}p + (C_{nom} - C_s) / t](1 - N) / 0,5(C_{nom} + C_s) \quad (9)$$

bu erda C_{nom} — obligastiya chiqaruvi nominal narxi,

r — daromadlar bo'yicha foiz stavkasi,

C_s — sotuv narxi,

t — zayom muddati,

N — foyda solig'i stavkasi.

Agar obligastiyalar bo'yicha daromadlarning bir qismi xarajatlar tarkibiga kiritiladigan bo'lsa, ko'rinib turibdiki, bu turdagi qarz majburiyatlari narxi kapital qiymatining o'zgarishiga yanayam ko'proq ta'sir ko'rsatadi.

Ba'zida sotuv narxi quyidagi ko'rinishda aniqlanadi:

$$C_s = C_{nom} / (1 - f) \quad (10)$$

bu erda f — obligastiya chiqarish va joylashtirish bilan bog'liq bo'lgan, nominal qiymatdan foizda ifodalangan xarajatlar.

Yuqorida keltirilgan xarajatlardan tashqari, agar obligastiyalar qog'oz shaklida chiqarilgan bo'lsa qarz majburiyatlari blanklarini xarid qilish bilan bog'liq yoki qog'ozsiz shaklda chiqarilgan bo'lsa, reestr yuritish bilan bog'liq boshqa xarajatlar turlari ham mavjud.

Investistiyalar samaradorligini aniqlash uchun foyda sohasida korxonaning kelajakdagi ko'rsatkichlarini bashorat qilgan holda loyiha tahlilini amalga oshirish

zarur. Shundan keyin hissadorlarga real to'lanishi mumkin bo'lgan dividendlar hajmini baholash talab qilinadi. Bu dividendlar hajmi — D bo'lsin. Real bozor ma'lumotlariga muvofiq diskontlash koeffitsientini tanlashda joriy vaqtga keltirilgan to'lov qiymatini olamiz — $A/(1 + k)$. Bu qiymatni korxona hisobot davri yakunida to'lashi mumkin bo'lgan dividendlar hajmi bilan taqqoslab, investitsiyalarni amalga oshirish natijasida paydo bo'ladigan o'sishni qo'lga kiritamiz. Ehtimol, risk uchun to'lov va inflyatsiya ta'sirini hisobga olmaydigan bo'lsak, ushbu tahlil to'liq bo'lmaydi. Aytish mumkinki, taqsimlanmagan foyda narxi (S) quyidagicha hisob-kitob qilinadi:

$$C = D_p / Pr[1 + (k + k_l)] \quad (11)$$

bu erda Rr — taqsimlanmagan foyda,

k — bozor foiz stavkasi

k_l — inflyatsiya ta'sirini hisobga oladigan tuzatish koeffitsienti.

Taqsimlanmagan foyda narxi juda past bo'lishi mumkin, chunki to'lov muddatini kechiktirish hisob-kitob qilinmagan yo'qotishlar ehtimolini oshiradi. Boshqacha qilib aytganda, foydani investitsiyalashni asoslab berishda bo'lajak dividendlarni risk uchun mukofotni hisobga olgan holda hisob-kitob qilish zarur. Faqat shu holdagina hisob-kitoblar to'g'ri amalga oshiriladi.

Agar hissadorlar pul dividendlari oladigan va ularga ma'lum bir daromadli qimmatli qog'ozlar sotib oladigan bo'lsa, bunda shuni e'tiborga olish kerakki, ikki xil yo'qotishlar turiga uchrash muqarrar:

- ☐ soliq ajratmalari;
- ☐ brokerlik xizmatlari xarajatlari.

Agar foydani qayta investitsiyalash haqida qaror qabul qilingan bo'lsa, soliqlar va boshqa yordamchi xarajatlarda tejab qolinadi. Shu sababli taqsimlanmagan foydaning real qiymati (bahosi) oddiy dividend to'lovlari bilan bog'liq holatlardan ancha kam bo'lishi mumkin. Ko'pincha bunday holatlarda kapitalning mazkur tarkibiy qismi narxi (S) quyidagi tarzda aniqlanishi lozim:

$$C = C_d(1 - N)(1 - K) \quad (12)$$

bu erda C_d — hissadorlik kapitali narxi,

N — soliqqa tortish stavkasi,

K — broker xizmatlari bo'yicha komission to'lovlar.

Shuni e'tiborga olish kerakki, taqsimlanmagan foyda qoidaga ko'ra, amortizatsiya ajratmalari bilan birgalikda investitsiyalanadi, shu sababli kiritilgan mablag'lar real summasi kattaroq bo'ladi.

Ba'zida taqsimlanmagan foyda hajmini aniqlash uchun taqsimlash me'yori bilan bog'liq ko'rsatkich foydalaniladi. Bu ichki o'sish sur'atlari. Bu ko'rsatkich foydaning bir qismini ishlab chiqarishni rivojlantirishga yo'naltirish hisobiga balans aktivining o'sishi tavsiflaydi. Ichki o'sish sur'atlari foydani taqsimlash me'yori qay tarzda aniqlanganiga qarab ikki xil ifodaga ega bo'ladi. Agar hisob-kitob sof foydadan kelib chiqadigan bo'lsa, $VTR = 1 - HP$, balans foydasidan bo'lsa, $VTR = RSS(- HP)$, bu erda VTR — ichki foyda me'yori; HP — taqsimlash me'yori; RSS — o'z mablag'lari rentabelligi.

Kredit ikki xil tavsifga ega – kreditlardan foydalanish muddati davomiyligi va davr mobaynida kredit o'tgan aylanmalar soni. Bunday ko'rsatkichlar tahlili odatda banklar tomonidan amalga oshiriladi. Biroq korxonalarning o'zi ham bu haqida bironta axborotga ega bo'lishi kerak, chunki ular qarz kapitali narxini aniqlashlari lozim bo'ladi.

Kreditdan foydalanish muddati davomiyligi (t) quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$t = KQ / O_n \quad (13)$$

bu erda K — kredit qoldig'i hajmi,

O_p — qaytarish bo'yicha kredit aylanmasi,

D — davr mobaynida kalendar kunlari soni.

Kreditning aylanmalar soni

$$n = O_n / K \quad (14)$$

Shunga o'xshash ko'rsatkichlarni kreditlar berish bo'yicha ham chiqarish mumkin. Bu holatda kredit berish bo'yicha aylanuvchanlik tavsifini olamiz. Ko'rinib turibdiki, qarz kapitalini aniqlashning ikkita o'xshash tizimlari o'zaro birmuncha farq qiladi.

To'lash muddati turli xil bo'lgan barcha kredit zaxiralari tahlilini o'tkazish uchun mavjud vositalar aylanmalari va tarkibining o'zgarishini tavsiflaydigan indekslar tizimini kiritish mumkin. Moliya resurslarining har bir tarkibiy qismi har xil narxga ega bo'ladi va demak, xarajatlar ham turlicha bo'ladi. har bir turdagi kredit amal qilishining o'rtacha muddati, uning narxi, qarz mablag'lari umumiy hajmidagi ulushi aniqlanadi. Agar biron-bir vaqt ko'rsatkichini bazaviy deb oladigan bo'lsak, har bir turdagi kreditdan foydalanish o'rtacha muddatining o'sishi kabi ko'rsatkichni ham hisoblab chiqish mumkin.

14-mavzu: Korporativ boshqaruv samaradorligini baholash

Reja:

- 1. Korporativ boshqaruv modellarini joriy qilishning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligi**
- 2. Korporativ boshqaruv samaradorligi mezonlari**
- 3. Korporativ boshqaruvda monitoring tizimi**

Korporativ boshqaruv modellarini joriy qilishning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligi

Biz yuqorida bir necha bor takrorlab o‘tdikki, tegishli tarzdagi korporativ boshqaruv butun biznes-jarayonlar majmunini optimallashtiradi va natijada kompaniya foydasini oshirishga xizmat qiladi. Biroq quyidagi savol yuzaga keladi: korporativ boshqaruv andozalarini joriy qilishda qanday xarajatlar kuzatiladi va hamma kompaniyalar ham bunday xarajatlarga dosh bera oladimi?

Ko‘plab kichik va yirik kompaniyalar uchun korporativ boshqaruv andozalari zaruriy ehtiyoj hisoblanmaydi. Ularning korporativ boshqaruv sohasidagi birlamchi vazifasi amaldagi qonunchilikka rioya qilinishini yaxshilash hisoblanadi. Aytib o‘tish kerakki, korporativ xulq-atvor Kodeksida bayon qilingan andozalarni joriy qilish korxonalar tomonidan aksiyadorlik jamiyati boshqaruv organlari ishini ta‘minlovchi va nazorat qiluvchi qator qo‘mitalar tashkil qilishni, xodimlar shtati ro‘yxatiga direktorlar Kengashi va uning qo‘mitalari faoliyatiga ko‘maklashuvchi korporativ kotib lavozimini kiritishni, direktorlar Kengashi tarkibiga mustaqil direktorlar kiritishni va h.k.ni talab qiladi.

Shu sababli hamma korxonalar ham bu andozalarni xuddi yirik kompaniyalar kabi miqyosda joriy qila olmaydi. Kichik kompaniyalar uchun bunday xarajatlar iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiq emas, chunki xizmat ko‘rsatish xarajatlari kodeksda joriy qilish talab qilingan boshqaruv organlari faoliyatidan olinadigan daromad miqdoridan solishtirib bo‘lmaydigan darajada baland.

Shunday qilib, aytib o‘tish joizki, korporativ boshqaruv andozalarini joriy qilishning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligi faqat faoliyat miqyosini kengaytirayotgan, nisbatan yirik kompaniyalarda mavjud. Biroq bozor mexanizmining, raqobatning rivojlanishi, yangi investorlarni izlab topish kompaniyani ichki o‘sishga, demak, o‘zi bilan bir xillar orasida mos ravishda faoliyat yuritishga rag‘batlantiruvchi tashqi omillar hisoblanadi.

Lekin shunga qaramay, andozalarni joriy qilish muammolari joriy qilib bo‘lingan korporativ boshqaruv andozalariga amal qilish muammolarining ostida qolib ketadi va davlat, davlatlararo va transmilliy maqomga ega bo‘lgan yirik korporatsiyalar kundalik amaliyotda joriy qilingan andozalarga rioya qilishda qator

qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Korporativ boshqaruv tegishli amaliyotini ishlab chiqish uchun o'ziga xos kurash korporativ boshqaruvning ayrim mezonlari bo'yicha ham, kompaniya faoliyati umumiy samaradorligi bo'yicha ham yirik kompaniyalar reytingini tuzishda o'z aksini topadi.

2. Korporativ boshqaruv samaradorligi mezonlari

Ta'kidlash joizki, korporativ boshqaruv mezonlari juda xilma-xil. Biz zarur hollarda kompaniya faoliyatining detalli tahlilini ularga asoslash yoki korporativ boshqaruv samaradorligi bahosini chiqarishda muayyanlashtirilishi mumkin bo'lgan eng umumiy mezonlarni ajratdik, xolos.

Sanab o'tilgan mezonlar samarali korporativ boshqaruvdan qator afzalliklarni hadya etadi:

1. Strategik qarorlar qabul qilishni takomillashtirish.
2. Moliyaviy resurslar jalb qilish.
3. Kompaniyaning davlat organlari bilan aloqalarini yaxshilash.
4. Menejrlarning aksiyadorlar bilan aloqalarini yaxshilash.
5. Korporativ nizolarning oldini olish.

Korporativ boshqaruvni baholashning mavjud usullari orasida kompaniyalarda korporativ boshqaruv reytinglari va u yoki bu kompaniyada korporativ boshqaruv monitoring tizimi ajratib ko'rsatiladi.

Dastlabki korporativ boshqaruv sifat reytinglari O'zbekistonda 1999 yilda paydo bo'lgani, bu reytinglar soni bo'yicha biz dunyoda etakchi o'rinlardan birida ekanimizga qaramay, investorlar hali ulardan to'liq qoniqqani yo'q. Qoidaga ko'ra, reytinglar o'ntadan o'ttizta, uzog'i bilan qirqtagacha kompaniyalarni qamrab oladi, bu esa ikkinchi eshelon aksiyalari bilan ishlaydigan investorlar uchun etarli emas. Birinchi navbatda aynan shu investorlar axborot ko'magiga muhtojlik sezadi. Bundan tashqari, ko'plab reytinglar yoki korporativ boshqaruvning tor jihatlariga yo'naltirilgan bo'ladi, yoki ularga asos sifatida kam qo'llanadigan ideal model olingan bo'ladi.

«RID-Eks-pert RA» korporativ boshqaruv reytingi to'rt guruhdagi ko'rsatkichlar bo'yicha integral baholashni ifodalaydi:

I. Aksiyadorlar huquqlari (mulkchilik huquqini amalga oshirish, jamiyatni boshqarishda qatnashish, foydadan ulush olish, huquqlarni buzishning risk darajasi, aksiyadorlar huquqlarini himoya qilish bo'yicha jamiyatning qo'shimcha majburiyatlari mavjudligi).

II. Nazorat va boshqaruv organlari faoliyati (direktorlar Kengashi va ijroiya organlari tarkibi va faoliyati, moliyaviy-xo'jalik faoliyati ustidan nazorat tizimi, nazorat va boshqaruv organlari o'rtasida o'zaro alqalar).

III. Axborotni ochib berish (moliyaviy va nomoliyaviy axborotni ochish darajasi, axborotni ochish umumiy intizomi, axborotning hamma uchun bir xilda ochiqligi).

IV. Boshqa manfaatdor tomonlarning manfaatlariga rioya qilish va korporativ ijtimoiy javobgarlik (ijtimoiy javobgarlik va boshqa manfaatdor guruhlar manfaatlarini hisobga olish siyosati, mehnat nizolari, xodimlar va mahalliy aholi uchun ijtimoiy loyihalar, ekologiya).

Korporativ boshqaruv sifatiga qarab reyting qatnashchisi bo'lgan kompaniyalar quyidagi reyting sinflaridan biriga kiritilishi mumkin:

• **A sinfi.**

A sinfiga korporativ boshqaruv darajasi yuqori bo'lgan, mamlakat qonunchiligi talablariga rioya qiladigan, shuningdek, o'z amaliyotida sezilarli darajada korporativ xulq-atvor kodeksiga amal qiladigan kompaniyalar kiritiladi. Reyting bahosi berish paytida bu kompaniyalarda aksiyadorlar huquqlarini buzish, kompaniya ijroiya organlarining insofsiz faoliyat yuritish va sifatsiz axborot taqdim etish riski bo'lmaydi. Aksiyadorlik jamiyatlari «boshqa manfaatdor shaxslar»ning manfaatlarini hisobga oladi va korporativ ijtimoiy javobgarlik borasida faol siyosat yuritadi. A sinfidagi kompaniyalar korporativ boshqaruv umumiy darajasi konservativ portfelli investorlar mablag'larini jalb qilish uchun yetarli hisoblanadi;

• **B sinfi.**

B sinfi tarkibiga korporativ boshqaruv darajasi qoniqararli bo'lgan, amaldagi qonunchilik talablarini buzmaydigan va korporativ xulq-atvor kodeksi asosiy qoidalarini qisman bajaradigan kompaniyalar kiradi. B sinfidagi kompaniyalar faoliyati aksiyadorlar huquqlarini buzish, kompaniya ijroiya organlarining insofsiz faoliyat yuritish va sifatsiz axborot taqdim etish bo'yicha ma'lum bir risklar bilan bog'liq. Ushbu reyting sinfiga mansub aksiyadorlik jamiyatlari o'z amaliyotida «boshqa manfaatdor shaxslar»ning manfaatlarini qisman hisobga oladi. Shu bilan birga, B sinfidagi kompaniyalar korporativ boshqaruv jami risklari qisqa muddatli yo'naltirilgan investorlarning mablag'larini jalb qilish uchun etarli. B sinfidagi kompaniyalar aktivlariga resurslarni investistiyalash esa investorlarga «daromadlilik-risk» optimal nisbatini taqdim etadi;

• **S sinfi.**

S sinfi korporativ boshqaruv darajasi past bo'lgan, o'z faoliyatida u yoki bu darajada amaldagi qonunchilik talablarining buzilishi va korporativ xulq-atvor kodeksining asosiy qoidalariga amal qilmaslikka yo'l qo'yadigan kompaniyalarni birlashtiradi. S sinfi kompaniyalariga reyting baholari berish davomida aksiyadorlar huquqlarini buzish, kompaniya ijroiya organlarining insofsiz faoliyat yuritish va sifatsiz axborot taqdim etish yoki umuman axborot bermaslik risklari

aniqlandi. Reyting bahosi berish paytda aksiyadorlik jamiyatlari «boshqa manfaatdor shaxslar»ning manfaatlarini umuman hisobga olmagan va korporativ ijtimoiy javobgarlik borasida siyosat yuritmagan. Korporativ boshqaruv darajasi past kompaniyalarni investistiyalash jami risklari ancha katta;

•D sinfi.

D sinfiga kiradigan kompaniyalar faoliyati korporativ boshqaruv darajasining qoniqarsizligi bilan tavsiflanadi. Bu kompaniyalar amaliyotida amaldagi qonunchilikning asosiy talablari buzilishi, «ilg'or amaliyot» me'yorlari va korporativ xulq-atvor kodeksining asosiy qoidalari yo'qligi aniqlandi. *D sinfiga* mansub bo'lgan aksiyadorlik jamiyatlari aktivlariga investistiyalash riski juda baland. *D sinfi* tarkibiga kiradigan qo'shimcha *SD sinf* korporativ boshqaruv me'yorlarining, jumladan, aksiyadorlar va boshqa manfaatdor shaxslar huquqlarining qo'pol ravishda buzilishini aks ettiradi.

Korporativ boshqaruv reytingida «RID-Ekspert RA» konsorstiumi aksiyadorlik jamiyatlari taqdim etgan ma'lumotlardan, shuningdek, quyidagi ommaviy axborotlardan foydalanadi:

- aksiyadorlik jamiyatining rasmiy internet-sayti;
- reyting bahosi berilgan davrdan oldingi oxirgi ikkita chorak uchun choraklik hisobot;
- kompaniyaning yillik hisoboti;
- O'zbekistonda FSFR vakolatli agentliklari hisoblangan axborot agentliklarining yangiliklar lentolari;
- boshqa axborot manbalari, jumladan, kompaniya vakillari taqdimotlarining matni, xabarlar va b.

Korporativ boshqaruv sifati bo'yicha boshqa bir mahalliy reyting CORE-reyting hisoblanadi. Korporativ boshqaruv sifati reytingi korporativ huquq va boshqaruv mutaxassisleri va «Blue Ribbon Panel» xalqaro ekspertlar guruhi bilan birgalikda ishlab chiqilgan original uslubiyat asosida hisoblab chiqiladi. Reyting CORE-reyting shkalasi bo'yicha beriladi: CORE-100 dan (eng yuqori reyting) CORE-0 gacha (bankrot korxonalar, eng past reyting).

Institut reytingga kiradigan barcha kompaniyalarning aksiyalari minimal paketiga ega bo'lib, tahlil uchun faqat oddiy minoritar aksiyador uchun ochiq bo'lgan axborotdan foydalanadi. Korporativ boshqaruv reytingini hisoblab chiqishda boshlang'ich ma'lumotlarning ikkita guruhidan foydalaniladi:

1. Majburiy tartibda ochib beriladigan; boshqa, tartibga soluvchi organlar (O'zbekistonda FSFR) tomonidan ommaviy ravishda e'lon qilinadigan axborot. Aksiyador, qonuniy yo'l bilan harakat qilar ekan, faqat kompaniya tomonidan ommaviy ravishda e'lon qilingan axborot yoki boshqa barcha uchun ochiq materiallar (matbuot, bozor tahlilchilarining sharhlari va b.) asosida qaror qabul

qilish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Bundan kelib chiqib, reytingni hisoblab chiqishda investorlar uchun yopiq axborot foydalanilmaydi.

2. Kompaniyaning aksiyador sifatida Institut nomidan telefon qo‘ng‘iroqlari va yozma so‘rovlarga javoblari. Amaliyotning ko‘rsatishicha, kichik aksiyalar paketiga ega bo‘lgan aksiyadorlar, kompaniya haqida axborot olishga harakat qilar ekan, ularni hal qilish vaqt va moddiy xarajatlar sarflashni talab qiladigan real muammolarga duch keladi. Kompaniyada aksiyadorlarga nisbatan shakllangan real munosabatni baholash uchun, Institut, o‘zi aksiyador hisoblangan holda, kompaniyaga turli so‘rovlar jo‘natadi va mos keluvchi monitoring yuritadi.

Kompaniyalar korporativ boshqaruvning turli jihatlarini aks ettiruvchi oltita ko‘rsatkich bo‘yicha baholanadi:

- axborotni ochish (aksiyadorlar so‘rovi bo‘yicha va ommaviy ravishda ochib beriladigan hujjatlar to‘liqligi va muddati);

- aksiyadorlik kapitali strukturasi (kontrahiruyumiye??? guruhlar, mulk strukturasi aniqligi va h.k.);

- direktorlar Kengashi va ijroiya boshqaruv organlari strukturasi (affilyastiyalanganlik, mukofotlash, yig‘ilishlar bayonnomalari va h.k.).

Eng tarqalgan xorijiy reytinglar orasida Standard & Poor's korporativ boshqaruv reytingini alohida ko‘rsatish mumkin. Standard & Poor's xalqaro kompaniyasi korporativ boshqaruv reytinglari metodologiyasini ishlab chiqishga 1998 yilning boshlarida kirishgan. Sinov loyihalari davomida metodologiyani sinab ko‘rishdan so‘ng Standard & Poor's ixtisoslashgan korporativ boshqaruv reytinglar xizmatini tashkil qilish haqida qaror qabul qildi va 2000 yildan boshlab korporativ boshqaruv sohasida reyting xizmatlari ko‘rsata boshladi. Hozirgi paytda Standard & Poor's kompaniyalar darajasida ham, alohida mamlakatlar darajasida ham korporativ boshqaruvni baholash konstepstiyasini taqdim etmoqda. Standard & Poor's foydalanayotgan yondashuvda vaziyatni moliyaviy manfaatdor shaxslar – aksiyadorlar va kreditorlar nuqtai nazardan ko‘rib chiqish ko‘zda tutilgan.

Standard & Poor's tahlilchilar guruhi kompaniyalarda o‘ziga xos intervyu olishni o‘tkazadi, buning asosida tuziladigan mufassal hisobotda tahlilning asosiy elementlari bayon qilinadi, u korporativ boshqaruv umumiy reytingini, shuningdek, hisobotning uchinchi bo‘limida keltirilgan to‘rtta tarkibiy qismning har biri bo‘yicha alohida ballni o‘z ichiga oladi.

Alohida baholar (ball) asoslangan mantiqiy mulohazalarning rivojlanishi tahlilchi tomonidan berilgan reyting haqidagi hisobotda bayon qilinadi.

Hisobot strukturasi quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

1. Xulosalarning qisqacha bayoni. Bu erda qisqacha asoslangan holda kompaniyaning korporativ boshqaruv umumiy reytingi, shuningdek, alohida tarkibiy qismlarni baholashning asosiy qoidalari qisqacha bayoni keltiriladi; shu

yerning o'zida har bir tarkibiy qism bo'yicha aniqlangan asosiy kuchli va kuchsiz tomonlar aniqlanadi.

2. Kompaniya bo'yicha ma'lumotnoma: ishlab chiqarish faoliyati, moliyaviy holati, menejmenti va mulk strukturasi haqida asosiy axborot.

3. Metodologik qism: ball va quyidagi tarkibiy qismlar tahlili:

- ☐ mulk strukturasi va tashqi ta'sir;
- ☐ aksiyadorlar huquqlari, moliyaviy manfaatdor shaxslar bilan munosabatlar;

- ☐ «shaffoflik», axborotni ochish va audit;

- ☐ direktorlar Kengashi strukturasi va samaradorligi.

Korporativ boshqaruv reyting darajalari (KBR) shkala bo'yicha KBR -1 dan (eng past baho) KBR -10 gacha (eng yuqori baho) beriladi.

KBR -6 yoki 5. O'rtacha jarayonlar va korporativ boshqaruv amaliyotini namoyish qiladi. Kompaniyalar tahlilning bir nechta asosiy sohalarida ayrim kuchsiz tomonlarga ega.

KBR -4 yoki 3. Korporativ boshqaruv amaliyoti va jarayonlari kuchsiz kompaniya tahlilning qator sohalarida jiddiy kuchsiz tomonlarga ega.

KBR -2 yoki 1. Korporativ boshqaruv amaliyoti va jarayonlar juda kuchsiz, tahlilning aksariyat sohalarida katta miqdorda kuchsiz tomonlarga ega bo'lgan kompaniyalarga beriladi.

Korporativ boshqaruvda monitoring tizimi

Korporativ boshqaruv monitoring tizimining asosiy farqi shundaki, monitoring maqsadi korxonalarni korporativ boshqaruv darajasi bo'yicha ranglarga ajratish va ularni ommaviy differenziatsiyalashdan iborat emas. Monitoring har bir kompaniyada joriy qilingan korporativ boshqaruv andozalariga amal qilinishi va ijro etilishini kuzatib borishni ko'zda tutadi.

Hozirgi paytda jahon miqiyosida ma'lum bo'lgan monitoring tizimlari ikkita organ: investitsion va moliyaviy tahlilchilar Gildiyasi (IMTG) va sanoatchilar va tadbirkorlar ittifoqi (STI) tomonidan amalga oshirilmoqda.

Ikkala tizim Germaniyada va boshqa mamlakatlarda kompaniyalardagi korporativ boshqaruvni tahlil qilish uchun keng foydalaniladigan German Corporate Governance Scorecard uslubiyatiga asoslanadi. Biroq korporativ boshqaruv amaliyotini baholash uchun anketalar biroz farq qiladi.

Boshqa bir monitoring tizimi korporativ boshqaruv bo'yicha STI qo'mitasi tomonidan amalga oshiriladi.

Ushbu monitoring tizimi kompaniyada korporativ boshqaruv amaliyotining WEF/ STI tamoyillaridan har biri bo'yicha ham, butun to'plam bo'yicha ham muvofiqlik darajasini aniqlashga imkon beradi. Monitoring o'tkazish natijalari

bo'yicha kompaniyalar ikki toifaga taqsimlanadi: WEF/ STI tamoyillariga mos keladigan va WEF/ STI tamoyillariga mos kelmaydigan kompaniyalar.

Bunda monitoring maqsadlaridan kelib chiqib, kompaniyada korporativ boshqaruvning WEF/ STI tamoyillariga to'liq muvofiqlik darajasining aniq qiymati e'lon qilinmasdan, kompaniya va korporativ boshqaruv bo'yicha STI qo'mitasi o'rtasida muloqot uchun foydalaniladi.

Omma uchun quyidagi axborotlar ochiq hisoblanadi:

□ WEF/ STI korporativ boshqaruv tamoyillariga tarafdorlik haqida ma'lum qilgan kompaniyalar ro'yxati (ro'yxat STI internet-saytida va korporativ boshqaruv bo'yicha STI P qo'mitasining saytida e'lon qilinadi);

□ monitoring natijalari bo'yicha korporativ boshqaruv amaliyoti WEF/ STI tamoyillariga mos keladigan kompaniyalar ro'yxati;

□ WEF/ STI korporativ boshqaruv tamoyillariga tarafdorlik haqida ma'lum qilgan va korporativ boshqaruvi birinchi monitoring o'tkazilgan paytdan boshlab 12 oy davomida biron marta WEF/ STI tamoyillariga mos keladi deb tan olinmagan kompaniyalar ro'yxati.

Tasdiqlangan mezonlar va guruhlar tizimiga muvofiq tuzilgan anketa kompaniyalarga yuboriladi yoki kompaniyalar anketani mustaqil ravishda qo'mitaning internet-saytidan yuklab oladi. Shundan keyin anketa kompaniyaning mas'ul xodimi tomonidan to'ldiriladi. To'ldirilgan anketalar bilan korporativ boshqaruv bo'yicha STI qo'mitasi muvofiqlashtirish markazida ishlanadi, u olingan umumlashtirilgan natijalarni korporativ boshqaruv bo'yicha STI qo'mitasi internet-saytida va STI saytida e'lon qiladi, kompaniya bo'yicha individual natijalar esa unga to'g'ridan-to'g'ri jo'natiladi.

Mazkur monitoring tizimini farqlab turadigan asosiy xususiyat shuki, u kompaniya tashabbusi bilan qayta ishlanishi va takomillashtirilishi mumkin. Monitoring tizimidagi yoki tamoyillar ta'rifidagi o'zgarishlar korporativ boshqaruv bo'yicha STI qo'mitasi tomonidan ko'rib chiqiladi va STI boshqarma byurosi qarori bilan tasdiqlanadi.

15-mavzu: Nazorat qiluvchi organlarning korporativ boshqaruv tizimidagi faoliyati (audit)

Reja:

- 1. Taftish komissiyasi faoliyati va uning huquq va majburiyatlari**
- 2. Tashqi auditorlik faoliyati va uning huquq va majburiyatlari**
- 3. Korxonalardagi ichki audit xizmati tashkil etish xususiyatlari**

Taftish komissiyasi faoliyati va uning huquq va majburiyatlari

Taftish komissiyasi korxonalarining moliya-xo'jalik faoliyatini nazorat qiladi.

Taftish komissiyasi a'zolariga doir malaka talablari aksiyadorlarning umumiy yig'ilishi tomonidan belgilanadi.

Taftish komissiyasi o'z faoliyatida O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlariga, AJ ustaviga, Nizomga va aksiyadorlar umumiy yig'ilishi tomonidan qabul qilinadigan hamda taftish komissiyasi va uning a'zolari faoliyatiga taalluqli bo'lgan O'zRVBning boshqa ichki me'yoriy hujjatlariga amal qiladi.

Taftish komissiyasi aksiyadorlar umumiy yig'ilishi tomonidan bir yil muddatga saylanadi. Ovoz berish taftish komissiyasi a'zolariga har bir nomzod bo'yicha alohida o'tkaziladi. Aniq shaxsni taftish komissiyasi tarkibiga kiritish to'g'risidagi qaror AJning ovoz beruvchi aksiyalari egalari bo'lgan, yig'ilishda ishtirok etayotgan aksiyadorlarning oddiy ko'pchilik ovozi bilan qabul qilinadi.

Taftish komissiyasi aksiyadorlarning navbatdan tashqari umumiy yig'ilishini chaqirishni talab qilishga haqlidir.

Taftish komissiyasi funksiyalari

Taftish komissiyasining vakolat doirasiga quyidagilar kiradi:

- ☐ AJning moliyaviy hujjatlarini tekshirish;
- ☐ AJ nomidan tuzilgan shartnomalar, amalga oshirilgan bitimlar, kontragentlar bilan hisob-kitoblarning qonun hujjatlariga muvofiqligini tekshirish;
- ☐ yuritilayotgan buxgalteriya va statistika hisobining me'yoriy qoidalarga muvofiqligini tahlil qilish;
- ☐ AJning moliyaviy holatini, uning to'lov qobiliyatini, aktivlarning likvidligini tahlil qilish, O'zRVBning iqtisodiy holatini yaxshilash bo'yicha O'zRVB boshqarish organlariga tavsiyalar ishlab chiqish;
- ☐ to'lovlarning to'g'ri hisoblanishi va o'z vaqtida budjetga to'lanishini, dividendlarni hisoblash va to'lashni, boshqa majburiyatlarning bajarilishini tekshirish;
- ☐ soliq organlari, davlat statistika organlari va qonunchilikka muvofiq boshqa organlarga taqdim etiladigan O'zRVB buxgalteriya balanslari, hisobotlari to'g'ri tuzilganligini tekshirish;

□ Kuzatuv kengashi yoki Ijroiya organi tomonidan qabul qilingan qarorlarning O‘zRVB ustaviga, Kuzatuv kengashi to‘g‘risidagi Nizomga va aksiyadorlar umumiy yig‘ilishi qarorlariga muvofiqligini tekshirish;

□ aksiyadorlar umumiy yig‘ilishlari qarorlarini tahlil etish, O‘zbekiston Respublikasi qonunlari va boshqa me‘yoriy hujjatlaridan tafovut qilgan taqdirda ularni o‘zgartirish bo‘yicha takliflar kiritish.

Taftish komissiyasining huquq va majburiyatlari

Taftish komissiyasi o‘z funksiyalarini tegishlicha bajarish maqsadida quyidagi huquqlarga egadir:

□ AJ ijroiya organidan komissiya ishi uchun zarur bo‘lgan barcha materiallar va i olish;

□ AJning moliyaviy-xo‘jalik faoliyatida aniqlangan xatolarni hal qilish AJ boshqaruv organlarining vakolatiga kirgan hollarda, vakolatli shaxslardan Kuzatuv kengashi, navbatdan tashqari aksiyadorlarning navbatdan tashqari umumiy yig‘ilishlarini chaqirishni talab qilish;

□ AJ xodimlaridan, shu jumladan istalgan mansabdor shaxslaridan, taftish komissiyasi vakolatiga taalluqli masalalar bo‘yicha tushuntirishlar olish;

□ qonunchilik hujjatlari va AJning ichki me‘yoriy hujjatlari talablarini buzgan AJ xodimlarining javobgarligi to‘g‘risidagi masalani AJ boshqaruv organlari muhokamasiga qo‘yish. Taftish komissiyasi a‘zolari maslahat ovozi berish huquqi bilan Kuzatuv kengashi majlislarida ishtirok etishi mumkin. Tekshirishlarni o‘tkazish paytida taftish komissiyasi a‘zolari tekshiruv bobiga taalluqli bo‘lgan barcha materiallar va hujjatlarni sinchiklab tekshirishga majburlirlar. Noto‘g‘ri xulosalar uchun taftish komissiyasi a‘zolari aksiyadorlar umumiy yig‘ilishi tomonidan belgilanadigan mezonlarda javobgar bo‘ladilar.

Taftish komissiyasi a‘zolari komissiya qaroriga rozi bo‘lmaganlarida majlis bayonnomasida alohida fikrlarini qayd ettirishga va ularni O‘zRVB boshqaruv organlari e‘tiboriga etkazishga haqlidirlar.

AJning moliya-xo‘jalik faoliyatini tekshirish yakunlariga ko‘ra taftish komissiyasi xulosa tuzadi, bu xulosada:

□ AJning hisobotlarida va boshqa moliyaviy hujjatlarida ko‘rsatilgan ma‘lumotlarning ishonchliligiga doir baho;

□ buxgalteriya hisobini yuritish va moliyaviy hisobotni taqdim etish tartibi buzilganligi, shuningdek moliya-xo‘jalik faoliyati amalga oshirilayotganda qonun hujjatlari buzilganligi faktlari to‘g‘risidagi axborot ko‘rsatilishi shart.

□ Ushbu xulosa aksiyadorlarning yillik umumiy yig‘ilishida eshitiladi.

Taftish komissiyasi AJda affillangan shaxslar bilan tuzilgan bitimlar yoki yirik bitimlar mavjudligi, shuningdek qonun hujjatlarining va O‘zRVB ichki

hujjatlarining bunday bitimlarni tuzishga doir talablariga rioya qilinishi to'g'risidagi xulosani har chorakda Kuzatuv kengashining majlisiga olib chiqadi.

Tashqi auditorlik faoliyati va uning huquq va majburiyatlari

«Auditorlik faoliyati to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga muvofiq ishlab chiqilgan va majburiy auditorlik tekshiruvi o'tkazilishidan bo'yin tovlaganligi uchun xo'jalik yurituvchi subyektdan jarima undirishning yagona tartibini belgilab beradi.

1. Nizomning amal qilishi qonun hujjatlariga muvofiq majburiy auditorlik tekshiruvi o'tkaziladigan xo'jalik yurituvchi subyektlarga tatbiq etiladi.

2. Xo'jalik yurituvchi subyektning majburiy auditorlik tekshiruvi o'tkazilishidan bo'yin tovlashi jarima solish uchun asos hisoblanadi.

Quyidagilar:

hisobot yilidan keyingi yilning 1 mayigacha yillik moliyaviy hisobot auditorlik tekshiruvidan o'tkazilmasligi;

auditorlik xulosasi mavjud emasligi xo'jalik yurituvchi subyektning majburiy auditorlik tekshiruvi o'tkazilishidan bo'yin tovlashi deb e'tirof etiladi.

3. Jarima stavkalari tabaqalashtirilgan va majburiy tekshiriladigan xo'jalik yurituvchi subyektning hisobot yili oxirida mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan olingan yalpi tushumi miqdoriga qarab belgilanadigan miqdorlarda undirib olinadi.

1-jadval

Jarima miqdori*	Bir yilda mahsulot (ishlar, xizmatlar) sotishdan olingan yalpi tushum miqdori (QQS ham shu jumlagi kiridi)**
Eng kam oylik ish haqi miqdorining 50 baravari	eng kam oylik ish haqi miqdorining 500 baravarigacha
Eng kam oylik ish haqi miqdorining 75 baravari	eng kam oylik ish haqi miqdorining 500 baravaridan 15 ming baravarigacha
Eng kam oylik ish haqi miqdorining 100 baravari	eng kam oylik ish haqi miqdorining 15 ming baravaridan ortiq

Jarima miqdorini aniqlashda eng kam oylik ish haqining jarima solish to'g'risida⁹

* Jarima miqdorini aniqlashda eng kam oylik ish haqining jarima solish to'g'risida qaror chiqarilgan sanadagi miqdoridan foydalaniladi.

** Budjetdan tashqari va xayriya jamg'armalari uchun yalpi tushum deganda amaldagi tushumlar, shu jumladan a'zolik badallari tushuniladi.

⁹ Auditorlik faoliyati to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Qonuni

Tashqi auditorlik faoliyati tashkil etish xususiyatlari

Tashqi auditorlik faoliyati tashkil etish «Auditorlik faoliyati to'g'risida» va «Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi qonunlariga muvofiq ishlab chiqilgan va O'zbekiston Respublikasi hududida auditorlik faoliyatini litsenziyalash tartibini belgilab beradi.

Auditorlik faoliyati auditorlik faoliyatini amalga oshirish uchun maxsus ruxsatnoma (litsenziya) mavjud bo'lgan taqdirdagina amalga oshiriladi, auditorlik tashkilotlarining kasb xizmatlari ko'rsatishlari bundan mustasno.

Auditorlik faoliyatini litsenziyalashni O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi (keyingi o'rinlarda — litsenziyalovchi organ deb ataladi) amalga oshiradi. Auditorlik tashkilotining arizasiga ko'ra litsenziya auditorlik tekshiruvlarining quyidagi turlarini amalga oshirish uchun beriladi:

faqat o'z tashabbusiga ko'ra auditorlik tekshiruvlarini amalga oshirishga;

xo'jalik subyektlarini o'z tashabbusiga ko'ra va majburiy auditorlik tekshiruvlarini amalga oshirishga, aksiyadorlik jamiyatlari, banklar va sug'urta tashkilotlari bundan mustasno.

Tashqi auditorlik tashkilotiga nisbatan qo'yiladigan litsenziya talablari va shartlari

Quyidagilar auditorlik faoliyatini amalga oshirishda litsenziya talablari va shartlari hisoblanadi:

- «Auditorlik faoliyati to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining Qonuniga, auditorlik faoliyati standartlari, shuningdek boshqa qonun hujjatlari talablariga rioya qilish;

- litsenziya olinayotganda va auditorlik faoliyati amalga oshirilayotganda mazkur Nizomda nazarda tutilgan tartibda to'liq shakllantirilgan ustav kapitaliga ega bo'lish;

- faqat auditorlik faoliyatini amalga oshirish;

- auditorlik tashkiloti mas'uliyatini sug'urta qilish polisiga ega bo'lish;

- auditor tomonidan auditorlik faoliyatini faqat bitta auditorlik tashkilotida amalga oshirish;

- shtatda auditorlar sonining mazkur Nizomda nazarda tutilgan miqdorda bo'lishi;

- litsenziya turiga muvofiq shtatdagi auditorlarda xalqaro buxgalter sertifikatining bo'lishi;

- auditorlik tekshiruvi o'tkazish chog'ida olingan axborotning sir saqlanishini ta'minlash;

- auditorlik tashkiloti rahbari lavozimiga faqat ushbu auditorlik tashkiloti asosiy ish joyi hisoblangan auditorni tayinlash;

- auditorlik tashkiloti rahbarining uch yilda bir marotaba litsenziyalovchi organda attestatsiyadan o'tishi;
- auditorlik faoliyatini amalga oshirishda mustaqillikni ta'minlash;
- auditorlik faoliyati standartlariga muvofiq auditorlik hisoboti tuzish va auditorlik xulosasi berish;
- auditorlik tashkilotlarida ichki standartlarning mavjudligi;
- o'z pochta manzili o'zgargani to'g'risida litsenziyalovchi organni 10 kun muddatda xabardor qilish;
- auditorlik faoliyati to'g'risidagi ma'lumotlarni bir yilda bir marta, belgilangan shaklda litsenziyalovchi organga taqdim etish, shuningdek auditorlik faoliyatini amalga oshirish bilan bog'liq boshqa axborotlarni litsenziyalovchi organ talabi bo'yicha taqdim etish;
- auditorlar ishlari sifatining nazoratini ta'minlash;
- auditorlarning bir yilda bir marta malaka oshirish kurslaridan o'tishini ta'minlash;
- auditorlik tashkiloti rahbari almashganligi va (yoki) auditorlar tarkibi o'zgarganligi to'g'risida litsenziyalovchi organni 5 kun muddatda xabardor qilish;
- auditorlik tekshiruvlarini amalga oshirishda qonun hujjatlarida nazarda tutilgan cheklovlarga rioya qilish.

Korxonalardagi ichki audit xizmati tashkil etish xususiyatlari

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Qimmatli qog'ozlar bozorini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida» 2006-yil 27-sentabrdagi PQ-475-son qaroriga muvofiq aktivlarining balans qiymati 1 mlrd. so'mdan ortiq bo'lgan korxonalarda, shuningdek aktivlarning balans qiymati eng kam oylik ish haqining yuz ming baravaridan ortiq bo'lgan aksiyadorlik jamiyatlarida ichki auditni tashkil etishga qo'yiladigan yagona talablarni hamda uning ishini tashkil etishning metodologik asoslarini belgilaydi.

Korxonalarda qabul qilingan Nizom talablariga ko'ra tijorat banklariga va budjet tashkilotlariga tatbiq etilmaydi.

Ichki audit — korxona boshqaruvining ijro etuvchi organi va tarkibiy bo'linmalari tomonidan O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlariga, ta'sis hujjatlariga va ichki hujjatlarga rioya qilinishini tekshirish va monitoring olib borish yo'li bilan ular ishini nazorat qilish va baholash, ma'lumotlarning buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotda aks ettirilishining to'liqliligi va ishonchliligini ta'minlash, xo'jalik operastiyalarini amalga oshirishning belgilangan qoidalari va taomillari, aktivlarning saqlanishi hamda korporativ boshqarish prinsiplari joriy etilishi bo'yicha korxona tarkibiy bo'linmasining (ichki audit xizmati) faoliyati;

ichki audit xizmati — mazkur Nizom talablari hisobga olingan holda korxona Kuzatuvchi kengashining qarori bilan tashkil etiladigan korxonaning ichki auditni amalga oshiradigan tarkibiy bo‘linmasi.

Ichki audit xizmatining asosiy vazifalari va funksiyalari

Quyidagilar ichki audit xizmatining asosiy vazifalari hisoblanadi:

kuzatuvchi kengashni ishonchli axborot bilan ta‘minlash va ichki audit amalga oshirilishi natijalari bo‘yicha korxona faoliyatini takomillashtirishga doir takliflarni tayyorlash;

ichki audit jarayonida aniqlanadigan kamchiliklarni bartaraf etish yuzasidan korxona boshqaruv organlariga tavsiyalarni tezkorlik bilan kiritish, ularning bartaraf etilishini nazorat qilish.

Korxonalardagi ichki audit xizmati tashkil etish xususiyatlari

Ichki audit xizmatining huquq va majburiyatlari

Ichki audit xizmati quyidagi huquqlarga egadir:

ichki auditni amalga oshirish davomida paydo bo‘ladigan masalalar bo‘yicha korxonaning hujjatlarini (rahbarning buyruqlari, farmoyishlari, boshqaruv organlari qarorlari, ma‘lumotnomalar, hisob-kitoblar, zarur hujjatlarning tasdiqlangan nusxalari va boshqa hujjatlarni), korxona mansabdor va mas‘ul shaxslaridan og‘zaki va yozma tushuntirishlar olish;

ichki auditni o‘tkazishga ko‘maklashish uchun korxonaning tegishli mutaxassislarini jalb etish.

Ichki audit xizmati quyidagilarga majbur:

ichki auditni amalga oshirishda mazkur Nizom va boshqa qonun hujjatlari talablariga rioya qilish;

Korxona Nizomining 13-18-bandlarida belgilangan talablarga muvofiq hisobotlar tuzish;

moliya va statistika hisoboti ko‘rsatkichlarining ishonchliligini tekshirish;

ichki auditni amalga oshirishda olingan axborotning maxfiyligiga rioya qilish;

aktivlarni xatlovdan o‘tkazishda va qonunda belgilangan tartibda uning o‘z vaqtida amalga oshirilishini nazorat qilishda ishtirok etish.

Ichki audit xizmati qonun hujjatlariga va korxonaning ta‘sis hujjatlariga muvofiq boshqa majburiyatlarga ham ega bo‘lishi mumkin.

Ichki audit xizmatiga qo‘yiladigan talablar

Ichki audit xizmati xodimlari oxirgi o‘n yilning kamida ikki yilida buxgalteriya hisobi, audit, moliya yoki soliq nazorati sohasida amaliy (shu jumladan o‘rindoshlik bo‘yicha) ish stajiga ega bo‘lishi va quyidagi talablardan bittasiga javob berishi kerak:

auditorning malaka sertifikatiga ega bo'lish;

O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim muassasalarida, yoxud O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlariga muvofiq O'zbekiston Respublikasidagi ta'limga tengligi e'tirof etilgan xorijiy davlat ta'lim muassasasida olingan oliy iqtisodiy ma'lumotga ega bo'lish.

Ichki audit xizmati xodimlarining soni ichki audit maqsadlariga samarali erishish va vazifalarini hal etish uchun yetarli bo'lishi kerak hamda korxonaning kuzatuvchi kengashi tomonidan sertifikatsiyalangan ikki nafardan kam bo'lmagan ichki auditorlardan iborat etib belgilanadi.

Korxonalardagi ichki auditorlarning huquq va majburiyatlari

Ichki audit xizmatining mustaqilligi

Quyidagilar ichki audit xizmati mustaqilligining asosiy shartlari hisoblanadi:

ichki audit xizmati rahbarini va uning xodimlarini lavozimga tayinlash va egallab turgan lavozimidan ozod etish, korxona kuzatuvchi kengashining qarorlari bo'yicha ularga ish haqi miqdorini va boshqa to'lovlarni belgilash;

korxona kuzatuvchi kengashiga bevosita bo'ysunish.

Ichki audit o'tkazishga va uni o'tkazish natijalari bo'yicha yig'ma hisobot tuzishga qo'yiladigan talablar

Ichki audit:

- tasdiqlangan biznes-reja bajarilishini;
- korportiv boshqarish printsiplariga rioya qilinishini;
- buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobning holatini;
- soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'g'ri hisoblab chiqilishi va to'lanishini;
- moliya-xo'jalik faoliyatini amalga oshirishda qonun hujjatlariga rioya etilishini;
- aktivlarning holatini;

ichki nazoratning holatini tekshirish va ularning monitoringini olib borish yo'li bilan faqat ichki audit xizmati xodimlari tomonidan amalga oshiriladi.

Kuzatuvchi kengash tomonidan korxona ixtisosidan kelib chiqib qonun hujjatlariga muvofiq tekshirishni o'tkazishning boshqa yo'nalishlari belgilanishi mumkin.

13. O'tkazilgan tekshirishlar natijalari bo'yicha bevosita uni o'tkazgan xodim (xodimlar) tomonidan imzolanadigan tegishli hisobotlar tuziladi.

Bunda:

a) biznes-reja bajarilishini tekshirish natijalari to'g'risidagi hisobot quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

uning bajarilishining miqdor va sifat ko'rsatkichlari tahlili;

uning bajarilishi ta'minlanmagan taqdirda aybdor mansabdor shaxslar shaxsan ko'rsatilgan holda aniqlangan sabablar bayoni;

b) korporativ boshqarish printsiplariga rioya qilishni tekshirish natijalari to'g'risidagi hisobot quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

korxona boshqaruv organlari tomonidan qabul qilinadigan qarorlarning samaraliligi, uning qatnashchilari (muassislar)ning qonuniy huquq va manfaatlariga rioya etilishi tahlili;

korporativ boshqarish sohasida qonun hujjatlari buzilishi holatlari bayoni (ta'sis hujjatlariga rioya qilish, umumiy yig'ilishlar va korxona boshqaruv organlari majlislari o'tkazilishi, dividendlar to'g'ri hisoblanishi va o'z vaqtida to'lanishi va hokazolar);

v) korxonaning buxgalteriya hisobi va moliya hisoboti holatini tekshirish natijalari to'g'risidagi hisobot quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

buxgalteriya hisobini yuritish va moliya hisobotini tuzishning belgilangan tartibiga rioya qilinishini baholash;

aniqlangan buxgalteriya hisobotini yuritish va moliyaviy hisobotni tayyorlashning belgilangan tartibi buzilishining tavsifi;

g) soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'g'ri hisoblanishi va to'lanishini tekshirish natijalari to'g'risidagi hisobot quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

tuzilgan va tegishli organlarga taqdim etilgan soliqlar va majburiy to'lovlar hisob-kitobi to'g'riligini baholash;

soliqlar va majburiy to'lovlarni hisoblash va to'lashning belgilangan tartibi buzilishi holatlarini, soliq solinadigan bazani belgilashda chetga chiqishlarni bayon qilish;

d) moliya-xo'jalik operatsiyalarini amalga oshirishda korxona tomonidan qonun hujjatlariga rioya qilinishini tekshirish natijalari to'g'risidagi hisobot quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

korxona tomonidan amalga oshirilgan moliya-xo'jalik operatsiyalarining qonun hujjatlariga muvofiqligini baholash;

ichki audit davomida aniqlangan korxona tomonidan amalga oshirilgan moliya-xo'jalik operatsiyalarining qonun hujjatlariga nomuvofiqligini bayon qilish;

e) ichki nazoratning holatini tekshirish natijalari to'g'risidagi hisobot quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

ichki nazorat tizimini va uning faoliyat ko'rsatishidagi mavjud kamchiliklarni bayon etish;

korxona tarkibiy bo'linmalaridagi ijro intizomining holati to'g'risidagi ma'lumotlar, uning aniq xodimlari ishidagi mavjud kamchiliklar.

16-mavzu: Korporativ boshqaruv muammolari va istiqbollari

Reja:

- 1. Korporativ boshqaruvning milliy modelini shakllantirish**
- 2. O‘zbekistonda korporativ boshqaruvning shakllanish muammolari va uni takomillashtirish yo‘nalishlari**

Korporativ boshqaruvning milliy modelini shakllantirish

Turli mamlakatlarda korporatsiyalarni boshqarish tarkibi korporativ munosabatlarni tartibga soluvchi qonunchilik asoslari, muayyan mamlakatda yuzaga kelgan xarakterli boshqaruv tarkibi kabi omillar bilan belgilanadi. Har bir mamlakatda korporatsiyalarni boshqarish tarkibi uni boshqa mamlakatlar tarkibidan farqlab turadigan ma’lum bir elementlarga ega.

Tadqiqotchilar korporatsiyalarni boshqarishning uchta asosiy modeli: ingliz-amerika modeli, nemis modeli va yapon modelini ajratib ko‘rsatadi. Dastlabki ikki model rivojlangan kapital bozorlarida hukmronlik qiladi. Ingliz-amerika modelini ko‘rib chiqishda uning shaxsiy jamg‘armalarni fond bozori orqali harakatga solish darajasining yuqoriligi, kapitalning kompaniyalar va tarmoqlar orasida oson ko‘chib o‘tishi, shuningdek, kompaniyalarning axborot jihatidan ochiqlik darajasi yuqoriligi kabi asosiy afzalliklarini ajratib ko‘rsatish zarur. Modelning kamchiliklari sifatida asosan qisqa muddatli maqsadlarga yo‘naltirilganlik, investitsiya loyihalari daromadlilikiga talablarning qattiqligi va h.k.ni ko‘rsatish mumkin. Nemis modelining afzalliklari uzoq muddatli strategiyaga moyillik, kompaniyalar moliyaviy barqarorligining yuqoriligi hisoblanadi. Kamchiliklar esa mayda aksiyadorlar huquqlariga etarli e’tibor qaratilmaslik, axborotning ochiqlik darajasi pastligidan iborat. Korporativ boshqaruv milliy modelini shakllantirish istiqollarini baholashda real ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar tahliliga tayanish lozim. O‘zbekistonda korporativ boshqaruvning mavjud klassik modellari elementlarini qamrab olgan o‘zining, o‘ziga xos modeli shakllanmoqda.

Amalda O‘zbekistonda hozirgi paytda rasman barcha an’anaviy modellarning tarqoq holdagi tarkibiy qismlari mavjud: nisbatan maydalab yuborilgan mulk (biroq noliqvid bozor va kuchsiz institutsional investorlar), nazorat va mulkni bir erga to‘plashning yaqqol va barqaror tendensiyasi (biroq to‘g‘ri keladigan moliyalashtirish va samarali monitoringsiz), har xil turdagi murakkab korporativ tarkiblar shakllanishi (biroq biron-bir turga moyillik yo‘q).

Quyidagi tendensiyalarni ham ko‘rsatib o‘tish mumkin:

□ moliya-sanoat guruhlarining gurkirab rivojlanishi bilan O‘zbekistonda yapon modeli – bank nazorati va moliyalashtirishga asoslangan, nisbatan yopiq model tomon burilish ro‘y berdi;

□ ingliz-amerika modeli bilan o'xshashliklar qayd etildi: modelda ham birinchi navbatda kompaniya qiymatini, uning qisqa muddatli istiqboldagi foydasini oshirishga yo'naltirilgan faoliyat rag'batlantiriladi;

□ boshqaruv tizimi yuqori moslashuvchanligini qo'llab-quvvatlash, kompaniyalarning tashqi muhit, yangiliklar va riskka moslashuviga yo'nalganlikni ham qayd etish mumkin.

Shu tariqa, O'zbekistonda shunday vaziyat yuzaga keldiki, bu erda korporativ boshqaruv tizimlarining bironta turi etakchilik qilmaydi, korporativ boshqaruv milliy modeli esa endi shakllanish bosqichida turibdi.

Umuman O'zbekistonda korporativ boshqaruv milliy modelini rivojlantirishning asosiy xususiyatlari sifatida quyidagilarni alohida ko'rsatish zarur:

□ korporatsiyalarda mulkni qayta taqsimlash uzluksiz jarayoni;

□ ko'plab insayderlarning (menejerlar va yirik aksiyadorlar) korporatsiya aktivlarini «chiqarish» va moliyaviy oqimlar nazorati bilan bog'liq o'ziga xos motivatsiyalari;

□ korporativ boshqaruv an'anaviy «tashqi» mexanizmlari sust yoki g'ayriodatiy roli (qimmatli qog'ozlar bozori, bankrot, korporativ nazorat bozori);

□ aksiyadorlik kapitalida davlat ulushining kattaligi hamda boshqaruv va nazoratning kelib chiqadigan mammolari;

□ samarasiz yoki tanlanma (siyosiylashtirilgan) davlat inforsmenti (aksiyadorlar huquqlarini himoya qilish sohasida qonunchilik nisbatan rivojlangan holatda).

Shu bilan birga korporativ boshqaruv milliy modelining rivojlanishini qiyinlashtiradigan konseptual xarakterli qator muammolar mavjud:

1. O'tish davri iqtisodiyotiga ega mamlakatlar uchun korporativ boshqaruv tizimini rivojlantirishning umumiy yondashuvi va umumiy yo'nalishi yo'qligi. Masalan, Djozef Stiglist 1999 yil mulk va boshqaruv o'rtasidagi aloqalar muammolari nuqtai nazaridan agentlik munosabatlari zanjirini qisqartirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadagina insayderlar roliga e'tiborni kuchaytirish zarurligini qayd etgan. Xuddi shu yili Evropa taraqqiyot va tiklanish banki keyingi o'n yillik uchun eng muhim yo'nalishlardan biri sifatida «issiq joy topib olgan insayderlar»ga qarshi kurash zaruratini ko'rsatib o'tgan.

2. Kengroq ma'noda mulk huquqining iqtisodiy tabiati masalasi «sof» nazariya doirasidan chiqadi — oxirgi paytlarda u xo'jalik yuritish siyosatining dolzarb muammolari (masalan, xususiylashtirish natijasida vujudga kelgan muammolar) tobora ko'proq bog'lanmoqda.

3. O'zbekistonda korporatsiyalar mulk strukturasi endi shakllanish bosqichida turibdi, aksiyadorlik kapitalini konsolidatsiyalash jarayonlari ham

davom etmoqda, shu boisdan korporativ boshqaruv strukturasining u yoki bu klassik modeliga moyillik haqida gapirishga hali erta.

4. O'zbekistonda affilyatsiyalangan munosabatlar va benefistlar egalik qilish muammolari o'tkir muammolardan sanaladi.

O'zbekistonda korporativ boshqaruvning shakllanish muammolari va uni takomillashtirish yo'nalishlari

«Korporativ boshqaruv» muammosi O'zbekistonda, ayniqsa, o'tgan asrning 90-yillarning ikkinchi yarmidan boshlab dolzarb ahamiyat kasb eta boshladi. Umumjahon jarayonlari, xususan, 80-yillarda AQSh va boshqa qator mamlakatlarda korporativ boshqaruvga qiziqishning o'sishi (institutsional investorlar kuchaygan bir paytda aksiyalar nazorat paketlarini nodo'stona egallab olishga qarshi reaksiya sifatida), 1997-1998 yillardagi jahon moliyaviy inqirozi va bozori rivojlanayotgan mamlakatlarda korporatsiyalarning muammolari bunga undaydigan tashqi motivlarga aylandi.

1999 yil Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkiloti korporativ boshqaruv Tamoyillarining imzolanishi Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkiloti a'zo mamlakatlarining bu boradagi tajribalarini umumlashtirishga olib keldi,

Tamoyillarning o'zi esa – jumladan, o'tish iqtisodiyotiga ega mamlakatlar uchun andozalar va yo'l-yo'riqlar potensial modeli to'plamiga aylandi. Kompaniya intilishi lozim bo'lgan korporativ boshqaruv asosiy ko'rsatkichi korporativ boshqaruv samaradorligi hisoblanadi. Jahon bankining ta'rifiga ko'ra, samarali korporativ boshqaruvga xos bo'lgan jihatlar quyidagilar hisoblanadi:

- ☐ «shaffoflik»;
- ☐ kompaniya faoliyat haqida moliyaviy va boshqa axborotlarni ochish;
- ☐ menejment faoliyati ustidan ichki nazorat jarayonlari;
- ☐ barcha aksiyadorlar huquqlarini himoya qilish va ta'minlash;
- ☐ direktorlarning kompaniya strategiyasini belgilash, biznes-rejalar tasdiqlash, boshqa muhim qarorlar qabul qilish, menejerlar tayinlash, ularning faoliyatini nazorat qilish, zarur hollarda menejerlarni ishdan bo'shatishda mustaqilligi.

Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkiloti samarali korporativ boshqaruvning quyidagi jihatlarini ajratib ko'rsatadi:

- ☐ halollik – investorlarning o'z mablag'lari himoyalaniishiga ishonch;
- ☐ «shaffoflik» - kompaniyaning o'z moliyaviy ahvoli ishonchli va to'liq axborotni o'z vaqtida ochish;
- ☐ hisobdorlik – menejerlar kompaniya mulk egalariiga hisobot beradi;
- ☐ javobgarlik – kompaniyaning qonunlar va axloqiy me'yorlarga rioya qilish.

Samarali korporativ boshqaruv natijasi mahalliy miqyosda ham, global miqyosda ham namoyon bo'ladi:

- kompaniya miqyosida samarali korporativ boshqaruv kompaniyaning aksiyadorlar va barcha manfaatdor shaxslarning manfaatlarini himoya qilgan holda maksimal foyda olishini ta'minlaydi;

- davlat miqyosida samarali korporativ boshqaruv xususiy sektorning, fond bozorining va butun iqtisodiyotning rivojlanishiga xizmat qiladi;

- jahon miqyosida samarali korporativ boshqaruv xalqaro moliya bozori strukturasini shakllantirishda moliya inqirozining ro'y berish riskini pasaytirishga imkon beradi.

Korporativ boshqaruv an'anaviy konstepsiyasiga muvofiq kompaniya farovonligining o'sishi bilan uning aksiyadorlari farovonligi ham o'sadi. Biroq zamonaviy konstepsiya aksiyadorlar farovonligi kompaniya farovonligidan farq qilishi va bu kompaniya va uning aksiyadorlari turli maqsadlarga ega bo'lishi mumkinligi bilan bog'liq ekanligini tan oladi. Shu sababli samarali korporativ boshqaruv maqsadi – korporativ munosabatlar barcha qatnashchilarining manfaatlar muvozanatini tan olish hisoblanadi.

O'zbekistonda korporativ boshqaruvning rivojlanishi bilan bog'liq vaziyatni tahlil qilib, quyidagi zamonaviy tendensiyalarni ajratib ko'rsatish mumkin:

- «nazorat qiluvchi aksiyadorlar» va «menejerlar»ning birlashuvi;
- yaqin yillarda tashqi aksiyadorlik moliyalashtirishi ehtimolining pastligi samarali korporativ boshqaruvning prinsipial iqtisodiy negizi sifatida;
- aksiyadorlik kapitalining bir joyga to'planishi va nazoratni birlashtirish;
- aksiyadorlarning o'z huquqlari uchun kurashining kuchayishi va o'z rolini anglashi.

Bunda kompaniyalar korporativ boshqaruv tizimida quyidagi asosiy muammolarni ajratib ko'rsatish mumkin:

- axborot jihatidan yopiqlik, ayniqsa, kompaniyaning haqiqiy egalari va mulk strukturasiga haqidagi axborot borasida;
- korporativ nizolarni hal qilishda ma'muriy resursni qo'llagan holda buyurtma bo'yicha huquqlarni qo'llash;
- xalqaro andozalarga mos kelmaydigan moliyaviy hisobotlar;
- oliy menejment faoliyati monitoringi samaradorligining pastligi;
- direktorlar Kengashi ishida samaradorlik va professionallikning pastligi, uning tarkibida mustaqil direktorlar sonining kamligi.

Bu muammolar davlat miqyosida ham (masalan, axborotni ochib berishga nisbatan qat'iy talablar belgilashi, korporativ xulq-atvor Kodeksining qabul qilinishi), alohida kompaniyalar miqyosida ham (ularning o'z xulq-atvor kodekslarini qabul qilishi) hal etiladi. Korporativ xulq-atvor qoidalari va

andozlari bozor iqtisodiyoti mexanizmining muhim tarkibiy qismlari hisoblanadi.

Kompaniyalarning korporativ xulq-atvor yoki boshqaruv kodekslarini qabul qilishini aksiyadorlar huquqlarini himoya qilishni yaxshilash, direktorlar Kengashi samaradorligini oshirish va axborotni ochish bo'yicha kompaniya faoliyati kodekslariga ko'proq urg'u berilishi tufayli kompaniyaning o'zi uchun ham, investorlar uchun ham ijobiy omil sifatida ko'rib chiqish zarur. Bunda «ommaviy» sifatida ishlashni rejalashtirgan kompaniyalarda va «yopiq» jamiyat sifatida ishlash istagida bo'lgan kompaniyalarda tashkilotda ichki korporativ boshqaruvni takomillashtirish yo'nalishlari jiddiy farq qilishini e'tiborga olish zarur. Xususan, bu kompaniyalarning birinchilari yangi aksiyadorlarning mablag'larini jalb etmasdan turib uzoq muddatli istiqbolda muvaffaqiyatli rivojlana olmasligini to'g'ri anglab, barcha boshqaruv qarorlarini kompaniyada mustaqil va malakali registrator (ro'yxatga oluvchi) mavjudligi, kompaniya direktorlar Kengashida mustaqil direktorlarning etarli va ular faoliyatining samarali bo'lishi, aksiyadorlar umumiy yig'ilishida qaror qabul qilish jarayoni kabi masalalar birlamchi ahamiyatga ega bo'lgan investorlarning ustuvorliklar tizimi bilan bog'laydilar. Ikkinchi guruhdagi kompaniyalar uchun esa korporativ boshqaruvni takomillashtirish yo'nalishlari va istiqbollari birmuncha oddiyroq. Ularning bu sohadagi dasturi avvalo boshqaruv qarorlari sifatini oshirish, samarali o'zaro aloqa tizimini yaratish va barcha manfaatdor shaxslarni motivatsiyalashga qaratilgan. Korporatsiyalar uchun agar ular korporativ boshqaruv tizimini tegishlicha xalqaro amaliyotga muvofiq o'zgartira olmasalar, o'zining o'sishi uchun kapitalni ishga tushirishga harakat qilar ekan, noqulay raqobat pozitsiyasiga tushib qolishi mumkinligi umumiy hisoblanadi. Korporativ boshqaruvning qat'iy andozlari kapital bozorlarining baynalmilallashuv sharoitlarida investorlarni jalb qilish va ushlab qolish uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

Ta'kidlash joizki, bugungi kunda korporativ boshqaruv butun dunyoda jiddiy o'garishlarga uchramoqda, bu birinchi navbatda korporativ qonunchilikka taalluqli. Korporativ qonunchilik yangi iqtisodiy voqeliklarga, yirik korporativ nizolarga, shuningdek, davlatlararo miqyosda ham, biznes-jarayonlar miqyosida ham integratsiya va globallashuv jarayonlariga javob berishga majbur bo'ldi.

Konsepsiyada yuridik shaxslarni qayta tashkil qilish masalasiga ham alohida e'tibor qaratilgan. Qayta tashkil qilish haqidagi qonunchilikni takomillashtirish doirasida yuridik shaxslarni qayta tashkil qilish masalasiga bag'ishlangan umumiy bir qonun qabul qilish zarur. Bundan tashqari, eng muhim yo'nalishlardan biri affilyatsiyalangan shaxslarni huquqiy tartibga solishni takomillashtirish hisoblanadi. Yuridik shaxslarning tashkiliy-huquqiy shakllarini takomillashtirish korporativ qonunchilikning jiddiy muammosi sanaladi.

MAVZULAR BO‘YICHA TAQDIMOT SLAYDLARI

1-Mavzu: Korporativ boshqaruv fanining maqsad va vazifalari.

Reja:

1. Fanning pretmeti va mazmuni
2. Fanning maqsadi
3. Fanning vazifalari

Korporatsiya (lotincha: *corporatio* — birlashma, uyushma, hamjamiyat) — rivojlangan yirik aksiyadorlar jamiyati, biron bir faoliyat uchun uyushgan huquqiy va jismoniy shaxslar majmui. Korporatsiya bir kasb yoki faoliyat sohasida fuqarolarni birlashtirishi ham mumkin. XIX-asr o'rtalarida paydo bo'lgan. Hozirgi bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda xo'jalikning barcha tarmoqlarida asosiy mavqega ega. Korporatsiyalar negizini aksiyadorlik jamiyatlari tashkil qiladi. XIX-asrning II-yarmidan xalqaro korporatsiyalar keng rivoj topdi. Aksariyat hollarda korporatsiyalar bir xil mahsulotlarning asosiy ishlab chikaruvchilarini birlashtiradi, natijada ishlab chiqarish monopollashadi.

Ayni paytda korporatsiya investitsiya kapitalining markazlashuviga yordam beradi, ilmiytexnika taraqqiyotini, mahsulotning raqobatbardoshligi va uzoq hayotiy siklini ta'minlaydi. **Mulk egaligi maqomiga ko'ra**, davlat, xususiy, aralash (qo'shma) korporatsiyalarga, **tarmoqlar bo'yicha** sanoat, qishloq xo'jaligi, transport, aloqa va boshqa turdagi korporatsiyalarga bo'linadi. Rivojlangan mamlakatlarda sanoat tarmoqlari korporatsiyaga uyushgan hollar ko'p uchraydi. O'zbekistonda birinchi korporatsiyalar XIX-asrning 90-yillaridan boshlab sanoatning turli tarmoqlarida paydo bo'ldi.

Korporatsiyalarni boshqaruv sikli.

- Rejalashtirish
- Tashkil qilish
- Motivastiyalash
- Nazorat qilish

KORPORATIV STRATEGIYA VA IJTIMOIIY MAS'ULIYAT REJA:

1. Korporativ strategiya mazmuni va mohiyati
2. Korporativ ijtimoiy mas'uliyatning mohiyati
3. Strategik rejalashtirishning yo'nalishlari
4. Korporatsiya strategiyasini ishlab chiqish jarayoni
5. Korporativ maqsad - korporativ strategiyalarning ahamiyati

Korporativ strategiya - kompaniya maqsadi, uning aksiyadorlari uchun qiymat yaratish va uni muvaffaqiyatli amalga oshirishdir.



- Korxona (firma) faoliyatining asosiy maqsadi **foyda (daromad)** olish hisoblanadi. Shuningdek, korxonaning manfaatlariga ishlab chiqarishni kengaytirish, personalning kasbiy mahoratini oshirish, fan-texnika taraqqiyoti yutuqlari asosida texnologiya va mehnatni tashkil etishni takomillashtirish, ishlab chiqarilayotgan va taklif etilayotgan mahsulotning iste'molchilari, mijozlari va insofli sherik, hamkorlarning sonini ko'paytirish ham kiradi.





Korxona o'zining foyda olish maqsadini amalga oshirishi uchun muntazam ravishda mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish texnologiyasini takomillashtirishga, mahsulotlarning iste'mol xususiyatlarini oshirishga, ularni sotish jarayonlariga ko'proq e'tiborni qaratishga majbur bo'ladi. Shuningdek, undan aylanma mablag'lar harakatini tezlashtirish, barcha turdagi zaxiralarni kamaytirish, reklama, hamkorlar bilan ikki tomonlama shartnomalar tuzish, kelishuv majburiyatlariga rioya etish talab etiladi.



An'anaviy firma nazariyasi uning yagona iqtisodiy manfaati **foydani maksimallashtirishga** qaratilganini asoslaydi.

Menejerial nazariyaga ko'ra firmaning faoliyatini uning egalari emas, balki menejerlari belgilab beradi. Ularning iqtisodiy manfaatlari ishlab chiqarish va mahsulotlar sotish hajmini hamda daromadni maksimallashtirish hisoblanadi.

Firma qisqa muddatli davrda tovar sotish hajmini maksimallashtirishga, uzoq muddatli davrda esa foydani maksimallashtirishga harakat qiladi. Firma egalari kapitalni o'stirish, shaxsan boyishni xohlaydilar. Bunday xohish cheksiz bo'lib, **menejerlar** esa ish haqi, obro'-e'tibori, firmadagi o'z mavqeyini o'stirishni istaydi.



Korporativ maqsad - korporativ strategiyalarni baholash, korporativ strategiyalarni moliyaviy ta'minlashning usul va mezonlarini aniqlash korporativ boshqaruvning moliyaviy mexanizmidan foydalanish, ko'proq samarali moliyaviy dastaklar va usullarni tanlash.



"Aksiyadorlar boyligini maksimallashtirish" nazariyasidan kelib chiqilsa, Aksiyadorlar daromadlarining o'sishiga erishish asosiy korporativ strategiya va korporativ boshqaruv samaradorligini baholash mezoni sifatida qaralmog'i lozim, unda korporativ boshqaruvning moliyaviy mexanizmini mazkur strategiyani moliyaviy ta'minlash nuqtai nazaridan ko'rish mumkin.

- Strategiya umumiy tarzda korxonaning mavqeini mustaxkamlash, iste'molchilarning talablarini qondirish va qo'yilgan maqsadlarga erishishga qaratilgan boshqarish rejasidir.
- Aniq strategiyani tanlash - rivojlanishning mumkin bo'lgan turli yo'llari va usullari ichidan eng maqbulini tanlab olish demakdir. Korxonani boshqarish rejasi quyidagi asosiy funktsiya va bo'linmalarni o'z ichiga oladi:
- Ta'minot, ishlab chiqarish, moliya marketing, xodimlar, ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar.
- Strategik tanlash - bu biznes yechimlar va raqobatga bardoshlilik harakatlarini yagona tizimga bog'lash demakdir.



Korporativ strategiya kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlar va faoliyatiga ta'alluqlidir. Aytish mumkinki, strategiyani va uning aniq vositalarini ifodalash boshqaruvning negizini tashkil qiladi va kompaniyada menejmentning yaxshi yo'lga qo'yilganligini ko'rsatuvchi eng to'g'ri belgi bo'lib xizmat qiladi.

Strategiyaning mazmuni quyidagilardan iborat:

- ✓ korxona biznesining yo'nalish va asosiy maqsadlarni belgilab olish;
- ✓ korxonaning tashqi muhitini tahlil qilish;
- ✓ undagi ichki vaziyatni tahlil qilish;
- ✓ korxona yoki xo'jalikning o'rta bo'g'inlarida strategiyani tanlash va ishlab chiqish;
- ✓ tashkiliy strukturasi loyihalash;
- ✓ integratsiya darajasini va boshqaruv tizimini tanlash;
- ✓ strategiya - struktura – nazorat majmuasini boshqarish;
- ✓ korxona faoliyatining ba'zi sohalaridagi siyosatini va uning fe'l-atvor me'yorlarni belgilash;
- ✓ strategiyani, strukturani va boshqaruvni takomillashtirish.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat –

bu kompaniyaning izchil iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy chora-tadbirlari tizimi bo'lib, manfaatdor tomonlarning doimiy o'zaro harakati asosida amalga oshiriladi va maqsadsiz tavakkalchilikni pasaytirishga, kompaniyaning imidj va ishbilarmonlik nufuzini oshirishga, shuningdek korxonaning barqaror rivojlanishi va daromadlilikini ta'minlaydigan kapitalizatsiya va raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgandir.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat atamasining kelib chiqishi XX asrning 50-yillariga borib taqaladi. Amerikalik olim G. Bouen o'zining - **Biznesmenning ijtimoiy mas'uliyati** kitobida bir qator ijtimoiy masalalarni biznesning mas'uliyat doirasiga kiritish zarurligini ko'rsatgan.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyatni amalga oshirishning ustuvor yo'nalishlari va mexanizmi

Yo'nalishlari:	Amalga oshiriladigan chora-tadbirlar:
Personal bilan bog'liq mas'uliyat.	Xodimlarni o'qitish va malakasini oshirish dasturlari. Qo'shimcha ijtimoiy imtiyozlar va kafolatlar (tibbiy nafaqa va uy-joy dasturlari, sanatoriy-dam olish maskanlarida davolanishlar va h.k.). Korporativ madaniyatni shakllantirish va xodimlar uchun nomoddiy rag'batlarni yaratish. Ayirmachilikka (diskriminatsiyaga) yo'l qo'ymaslik va barcha xodimlarga millatidan, dinidan, jinsidan qat'iyl nazar teng imkoniyatlar yaratib berish.
Atrof-muhitni asrash.	Tuli xil ifloslanishlarning oldini olish (atmosfera, suv obyektlariga chiqindilarni tashashni to'xtatish). Energiya, suv va boshqa resurslardan samarali foydalanishga qaratilgan innovatsion texnologiyalarni rivojlantirish. Qayta tiklanmaydigan resurslar iste'molini qisqartirish. Ekologik omillarni hisobga olgan holda ofisda ishini tashkil etish (qog'oz, suv, energiyani tejash, videokonferensiyalar o'tkazish orqali mehmat safirlarini qisqartirish).
Iste'molchilarga nisbatan mas'uliyatli munosabat.	Iste'molchilarning hayoti va sog'ligiga zarar etkazmaydigan sifatli tovar yetkazib berish va xizmatlar ko'rsatish. Tovar va xizmat xususiyatlari to'g'risida ishonchli ma'lumot berish. Iste'molchilar to'g'risidagi shaxsiy ma'lumotlarning maxfiyligini ta'minlash. Sifatli qoqisqarsiz tovar va xizmatlar ko'rsatilgan holatda zararni qoplash umolajalarining mavjudligi.
Yo'nalishlari:	Amalga oshiriladigan chora-tadbirlar:
Personal bilan bog'liq mas'uliyat.	Xodimlarni o'qitish va malakasini oshirish dasturlari. Qo'shimcha ijtimoiy imtiyozlar va kafolatlar (tibbiy nafaqa va uy-joy dasturlari, sanatoriy-dam olish maskanlarida davolanishlar va h.k.). Korporativ madaniyatni shakllantirish va xodimlar uchun nomoddiy rag'batlarni yaratish. Ayirmachilikka (diskriminatsiyaga) yo'l qo'ymaslik va barcha xodimlarga millatidan, dinidan, jinsidan qat'iyl nazar teng imkoniyatlar yaratib berish.

Korporativ maqsad - korporativ strategiyalarni baholash, korporativ strategiyalarni moliyaviy ta'minlashning usul va mezonlarini aniqlash korporativ boshqaruvning moliyaviy mexanizmidan foydalanish, ko'proq samarali moliyaviy dastaklar va usullarni tanlash.



"Aksiyadorlar boyligini maksimallashtirish" nazariyasidan kelib chiqilsa, Aksiyadorlar daromadlarining o'sishiga erishish asosiy korporativ strategiya va korporativ boshqaruv samaradorligini baholash mezonlari sifatida qaralmog'i lozim, unda korporativ boshqaruvning moliyaviy mexanizmini mazkur strategiyani moliyaviy ta'minlash nuqtai nazaridan ko'rish mumkin.

KORPORATSIYALARNING ISH MEXANIZMI VA ULARNING XUSUSIYATLARI

REJA:

1. O'zbekistonda korporatsiya mustaqil aktsiyadorlik jamiyati sifatida
2. Korporatsiyalarning integratsion rivojlanish strategiyalari
3. Korporatsiyalarning integratsiya turlari va tiplari
4. Korporativ tuzilmalar tuzishning tashkiliy turlari

Korporatsiyalarni eng tarqalgan ta'rifi bu – o'z oldiga ma'lum bir maqsadlar qo'ygan, jamiyat manfaatlarida harakat qiladigan, belgilangan huquqlarga ega, yuridik shaxs hisoblangan, doimiy asosda faoliyat yuritadigan va mas'uliyati cheklangan tashkilot hisoblanadi.



Ustav fondi jamiyatning aksiyadorlarga nisbatan majburiyatlarini tasdiqlovchi muayyan miqdordagi aksiyalarga taqsimlangan xo'jalik yurituvchi subyekt **aksiyadorlik jamiyati** deb hisoblanadi. Jamiyat qonun hujjatlarida taqiqlanmagan faoliyatning har qanday turlarini amalga oshirish chog'ida huquqlarga ega bo'ladi va majburiyatlarni o'z zimmasiga oladi.

Jamiyat yuridik shaxs hisoblanadi va o'zining mustaqil balansida hisobga olinadigan alohida mol-mulkiga ega bo'ladi, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarni olishi hamda amalga oshirishi, zimmasiga majburiyatlar olishi, sudda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin. Jamiyat davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab yuridik shaxs huquqlarini qo'lga kiritadi.



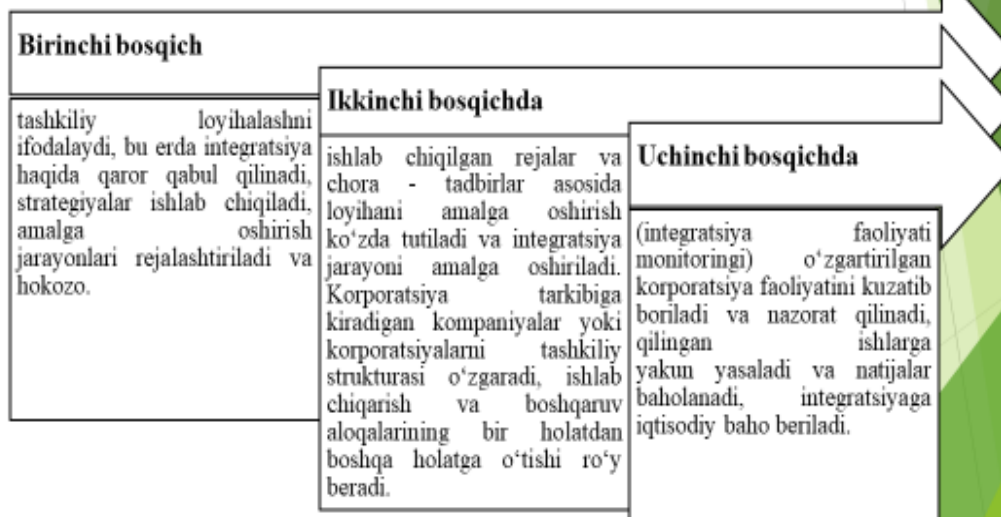
- Jamiyat, agar uning ustavida boshqacha qoida belgilanmagan bo'lsa, cheklanmagan muddatga tuziladi. Jamiyat belgilangan tartibda O'zbekiston Respublikasi hududi va undan tashqarida bankda hisob varaqlar ochishga haqlidir.
- Jamiyat o'zining firma nomi davlat tilida to'liq yozilgan hamda joylashgan manzili ko'rsatilgan yumaloq muhriga ega bo'lishi lozim.
- Muhrda ayni paytning o'zida firmaning nomi boshqa istalgan tilda ham ko'rsatilishi mumkin.
- Jamiyat o'z nomi yozilgan shtampi va blankalariga, o'z timsoliga, shuningdek belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tkazilgan tovar nishoniga hamda boshqa o'z belgi-alamatlariga ega bo'lishga haqlidir.



"O'ZBEKISTON POCHTASI"
AKSIYADORLIK JAMIYATI

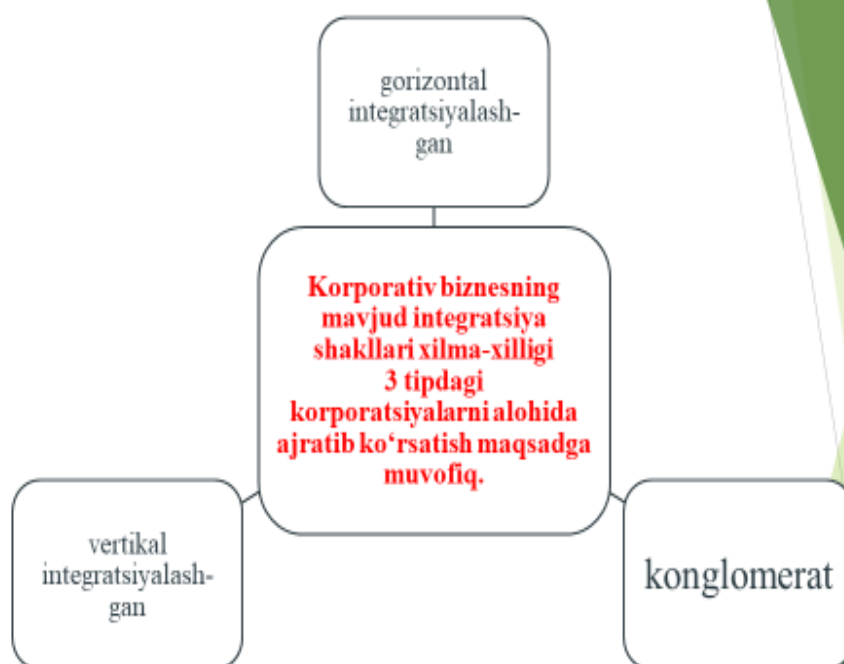


O'z oldiga integratsiyalanishni maqsad qilib qo'ygan korporatsiya integratsion strategiyasining belgilangan bosqichlarini amalga oshiradi. Yiriklashtirilgan tarzda korporatsiyalar rivojlanishining integratsion strategiyasi uch bosqichga taqsimlanadi:



1-bosqich Tashkiliy loyihalashtirish (integratsion rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish)	Kengaytirish strategiyasi (ishlab chiqarish o'nalishlarini kengaytirish va rivojlantirish)		Rastionallashtirish strategiyasi (faoliyat yo'nalishlarini oqilona kuchaytirish)	
	Ichki o'sish (o'z resurslari etarli bo'lganda)	Strategik hamkorlik (loyihani birga amalga oshirish afzal bo'lganda)	Tugatish (korporatsiya doirasida loyihani amalga oshirishni to'xtatish)	Alohida bo'lib olish (strategik aktivlarning qo'shimcha biznes turiga ajralishi)
2-bosqich Loyihani amalga oshirish (tanlangan yo'nalishda integratsiya jarayonini amalga oshirish)	- qo'shilish - birlashish		- tugatish - o'zgartirish	- taqsimlanish - ajratish
3-bosqich Integratsion faoliyat monitoringi (integratsiya natijalarini kuzatish)	Miqyos samarasi o'rtaqalashtirish samarasi transaksiya xarajatlarda tejash samarasi sinergiya samarasi (samara olish raqobatda ustunlikni qo'lga kiritish bilan tenglashtiriladi)			

Integratsion rivojlanish strategiyalari turi



Gorizontal integratsiyalash



natijasida vujudga keladigan korporativ tuzilmalar bitta tarmoq korxonalarining sa'y - harakatlarini birlashtirish tendensiyasini aks ettiradi. Axir dastlab kapital markazlashuvi bir yerga jamlanishi xo'jalik sub'ektlarini, jumladan, bir xil turdagi strukturalarni birlashtirish hisobiga qo'shimcha kapital jalb qilish yo'li bilan mustahkamlashda o'z aksini topadi. Gorizontal integratsiya bitta tarmoqdagi bir xil ishlab chiqarish tavsifnomasiga ega bo'lgan kapitallar birlashuvini aks ettiradi, u O'zbekistonda hozirgi kun sharoitlarida o'z ahamiyatni yo'qotmagan.



- ▶ **Vertikal integratsiya** deganda keng ma'noda korporativ tuzilmalar xo'jalik sub'ektlarining o'zaro aloqalari tushuniladi, shu tariqa, bir sub'ektning mahsulotlari boshqa sub'ekt uchun xomashyo hisoblanadi.
- ▶ Ya'ni, korporatsiyaning ishlab chiqarish funksiyalarini amalga oshirishi texnologik jihatdan murakkab tovar va xizmatlarni ishlab chiqish va bozorga samarali olib chiqish bilan bog'liq bo'lgan, ketma-ketlikdagi tashkiliy usullar asosida ta'minlanadi.
- ▶ Vertikal integratsiyada o'z mahsulotini bosh kompaniyaga etkazib beruvchi turli pog'onadagi subpudratchilar ierarxiyasidan tashkil topadi: tayyorlash (qazib chiqarish), qayta ishlash (ishlov berish), yakuniy mahsulot ishlab chiqarish, uni sotish. Ushbu turdagi integratsiyaning negizida ishlab chiqarish jarayonlarining bir - biri bilan texnologik bog'liqligi yotadi.
- ▶ Vertikal integratsiyada tashkil etiladigan birlashmalarni mahsulotni ishlab chiqish va bozorga samarali chiqarishning tashkiliy-boshqaruv, moliya-xo'jalik usullari sifatida tavsiflash mumkin.



Konglomerat birlashmalar ham ancha keng tarqalgan bo'lib, ular texnologik jihatdan bir - biri bilan bog'liq bo'lmagan mahsulotlar ishlab chiqarish va sotish bo'yicha tuzilmalar bilan ifodalanadi, ya'ni gap to'ldiruvchi integratsiya yoki ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash haqida boradi. Diversifikatsiyalangan korporativ tuzilmaning (konglomerat) iqtisodiy yutug'i, avvalo, turli tarmoqlarning kapital aylanmasidagi farqdan iborat.

Diversifikatsiya mavsumiy tebranishlarga bardosh berishga yordamlashadi, foydalanilmagan ishlab chiqarish quvvatlari hisobiga kuchli ekspansiya manbasi bo'lib xizmat qiladi, o'z resurslarini qayta yo'naltirish yo'li bilan kapitalni yangilashga imkon beradi, raqobat kurashi bilan bog'liq xarajatlarni kamaytiradi. Bunday strategiyani amalga oshirar ekan, kompaniya yangi tovarlar chiqaradi, yangi bozorlar tomon yo'nalib, o'z tarmog'i va uning uchun an'anaviy bo'lgan biznes doirasidan chetga chiqadi. Konglomerat kapital va mulkning birlashish jarayonini aks ettiradi; bu o'ziga xos yopiq kapitallar bozori bo'lib, diversifikatsiyalangan faoliyat turlaridan pul mablag'larining bir erga jamlanishi ro'y beradi.

KORPORATIV SEKTORDA DAVLAT ISHTIROKI

REJA:

1. Davlatning korporativ boshqaruvda qatnashishi
2. Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning maqsad va tamoyillari
3. Korporativ tuzilmalar va davlat o'rtasidagi o'zaro moliyaviy munosabatlar tizimi

Davlatning korporativ boshqaruvda qatnashishi

Davlat korporativ boshqaruvda ikki yoqlama ishtirok etadi. Birinchidan, zaruriyatga qarab korporativ boshqaruvning me'yoriy-huquqiy negizini hosil qilish va takomillashtirish hamda aksioner jamiyatlari (AJ) tomonidan qonunchilik me'yorlariga rioya qilinishi ustidan nazorat qilishda qatnashadi. Ikkinchidan, davlat ulushi mavjud aksiyadorlik jamiyatlar korporativ boshqaruvida bevosita ishtirok qilish va - oltin aksiya qo'llanilishi haqida hukumat qarori qabul qilingan

Davlat korxonalarini va davlat ishtirokidagi korxonalarni boshqarish bo'yicha jahon amaliyotida eng keng tarqalgan modellar mavjuddir.

Shular jumlasiga:

Amerika modeli – bu model odatda ishlab - chiqarish sektorida davlatning ulushi kichik bo'lgan mamlakatlarda qo'llaniladi. Ularda davlat aksiya paketlarini shartnoma asosida xususiy boshqaruvchi kompaniyalariga berishi xususiyatlidir.

Mazkur modelda —jamoatchilik uchun ochiq korporatsiyalar mafjud bo'lib, ular mos ravishda tarmoq departamentlari va vazirliklarga bo'ysunadilar.

Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning maqsad va tamoyillari

Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning maqsadlari, tamoyillari va modellari:

- davlat budjetining soliqdan tashqari daromadlarini oshirish;
- tabiiy monopoliyalarni tartibga solish, mamlakat mudofaa qobiliyatini va xavfsizligini oshirish, ijtimoiy barqarorlikni saqlab qolish va boshqa dasturlarini amalga oshirish bilan bog'liq umudavlat vazifalarini bajarishda xo'jalik jamiyatlarining qatnashuvini ta'minlash;

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA KORPORATIV BOSHQARUVNING INSTITUTIONAL ASOSLARI

REJA:

1. Aksiyadorlik jamiyatlari korporativ boshqaruvining institutsional asoslari
2. Korporativ huquq

Aksiyadorlik jamiyatlari korporativ boshqaruvining institutsional asoslari

Korporativ boshqaruvning mexanizmlari davlat tartibga solish organlari, sud organlari va ishbilarmonlar doiralarida ishlab chiqilgan ma’lum bir qoida, me’yor va andozalari asosi va doirasida ishlaydi. Ushbu qoida, me’yor va andozalarning majmuasi korporativ boshqaruvning institutsional asoslarini tashkil qiladi.

Korporativ huquq tushunchasi

Korporativ huquq bu – korxonada ishlab chiqilgan qoidalar tizimi bo‘lib, manfaatdor tomonlarning irodasini ifodalaydi va tashkilot faoliyatining turli tomonlarini tartibga soladi.

Korporativ huquqning belgilari:

- korporativ huquq me'yorlardan, ya'ni umumiy xarakterga ega bo'lgan o'zaro munosabatlar qoidalaridan tarkib topgan;
- korporativ huquq o'zi bilan tashkilot faoliyatining barcha tomonlarini tartibga soluvchi me'yorlar tizimini tashkil qiladi;

Korporativ boshqaruv (xulq) kodeksi quyidagilarga talab qo'yishi kerak:

- emitent ustav hujjatlariga;
- emitent dividend siyosatiga;
- emitent aktsiyadorlarining Umumiy yig'ilishini chaqirish va o'tkazish tartibiga;
- ishonchnomalar bilan ovoz berish tartibiga;
- kuzatuv kengashini shakllantirish qoidalariga;
- kuzatuv kengashi faoliyatining qoidalariga;
- kuzatuv kengashi a'zolariga taqdirlashni belgilash tartibiga;
- mustaqil auditor faoliyati ustidan nazoratni amalga oshirish tartibiga;

SEMINAR MATERIALLARI

Nazorat uchun savollar

1. Korporativ boshqaruvning fanining predmeti va maqsadi nimadan iborat?
2. Korporativ boshqaruvning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati nimalardan iborat?
3. Korporativ boshqaruvning asosiy yo‘nalishlari va xususiyatlarini tushuntirib bering?
4. Korporativ menejment va korporativ munosabatlarning hozirgi ahvolini tushuntirib bering?
5. Aksiyadorlik korxonalari boshqaruv faoliyatini tartibga soluvchi to‘liq me‘yoriy hujjatlar sanab bering?
6. Mulkchilikning aksiyadorlik shaklini korporativ boshqarish usullarini qanday turlarga bo‘linadi?
7. Korporativ boshqaruvning vujudga kelishi sabablari?
8. Korporativ boshqaruvning nazariy asoslari?
9. Transaksiya xarajatlari nazariyasi?
10. Muloqotlar nazariyasi?
11. Implisit shartnomasi?
12. Mulkchilik huquqlari nazariyasi?
13. Korporativ boshqaruvning nazariy manbalari?
14. Risk turlari va uni diversifikatsiyalash?
15. Modilyani - Miller teoremasi?
16. Yensenning erkin pul oqimlari nazariyasi?
17. Korporativ boshqaruvning modellari?
18. Korporativ boshqaruvning amerika tizimi?
19. Korporativ boshqaruvning o‘zbek modeli?
20. Korporativ boshqaruvning ingliz - amerika modeli?
21. Korporativ boshqaruv modellarining qiyosiy xususiyatlari?
22. Korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari?
23. Adolatlilik tamoyilining mohiyati?
24. Yevroaksiyadorlar korporativ boshqaruvi asosiy tamoyillari?
25. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Qimmatli qog‘ozlar bozorini yanada rivojlantirish chora - tadbirlari to‘g‘risida” qarorining mazmuni?
26. Ichki audit xizmati haqida nizom?
- Strategik rejalashtirishning yo‘nalishlari ahamiyati nimadan iborat?
27. Moliya-sanoat guruhlarida korporativ boshqaruv tizimi ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati nimalardan iborat?
28. Korporativ ijtimoiy mas‘uliyatning mohiyati tushuntirib bering?
29. "Aksiyadorlar boyligini maksimallashtirish" nazariyasini tushuntirib bering?
30. Korporativ maqsad - korporativ strategiyalarning ahamiyati qanday?

31. Korporativ strategiya mazmuni va mohiyatini aytib bering?
32. Ko'p maqsadlar konsepsiyasiga ko'ra firma bir necha maqsadni, ya'ni bularni izohlab bering?
33. O'zbekistonda korporatsiyalar-aksiyadorlik jamiyati sifatida?
34. "O'zbekiston Respublikasi xissadorlik jamiyatlari to'g'risida"gi qonun tahlili?
35. Korporatsiyalar rivojlanishining integratsion strategiyasi bosqichlari?
36. Korporatsiyalarning integratsiya turlari va tiplari?
37. Korporativ strukturalar tuzishning tashkiliy turlari tavsifi?
38. Davlat korporativ boshqaruvda qanday ishtirok etadi?
39. Davlat korxonalarini va davlat ishtirokidagi korxonalarni boshqarish bo'yicha jahon amaliyotida eng keng tarqalgan modellar?
40. Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning asosiy tamoyillari?
41. Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning modellari?
42. Boshqaruv kompaniyasining asosiy maqsadi?
43. Davlat vakilining aksiyadorlarning umumiy yig'ilishida ishtirok etish huquqi qanday?
44. Davlat aksiyalar paketlarini boshqarishning maqsadlari?
45. Korporativ boshqaruvining institutsional asoslari?
46. Korporativ huquq tushunchasi?
47. Korporativ huquqning belgilari?
48. Korporativ me'yoriy hujjatlarni tartibga solish?
49. Korporativ boshqaruv dasturini amalga oshirish bo'yicha takliflar?
50. Korporativ boshqaruvning andozalari?
51. Korporativ boshqaruv kodeksiga qo'yiladigan talablar?
52. Korporativ boshqaruvining institutsional asoslari?
53. Korporativ huquq tushunchasi?
54. Korporativ huquqning belgilari?
55. Korporativ me'yoriy hujjatlarni tartibga solish?
56. Korporativ boshqaruv dasturini amalga oshirish bo'yicha takliflar?
57. Korporativ boshqaruvning andozalari?
58. Korporativ boshqaruv kodeksiga qo'yiladigan talablar?
59. O'zbekiston Respublikasida moliyaviy ahborotlarni tashkil qilish va yuritishning huquqiy-me'yoriy asoslari?
60. Moliyaviy hisobotning tuzilishi va tarkibi tashkilotning balansi, foyda va zararlar to'g'risida hisobot?
61. Moliyaviy ahborotlardan foydalanuvchilar va ularning manfaatlari?
62. Mas'uliyati cheklangan jamiyatni tuzishning o'ziga xos xususiyatlari?
63. Mas'uliyati cheklangan jamiyatlarining mohiyati?

64. “Mas’uliyati cheklangan va qo‘shimcha mas’uliyatli jamiyatlar to‘g‘risida”gi qonunning mazmuni?
65. Jamiyat ta’sischilari huquqlari va majburiyatlari?
66. Ishtirokchi o‘zining ulushini qanday holatda sotishi mumkin?
67. Aksiyadorlik jamiyatni boshqaruv organlari?
68. Jamiyatning joriy faoliyatiga rahbarlik kim tomonidan amalga oshiriladi?
69. Korporativ madaniyat tushunchasi?
70. Ishbilarmonlik etikasining asosiy tamoyillari?
71. Korporativ xulq-atvor kodeksi?
72. O‘zbekistonda hozirgi paytda kompaniyalarning asosiy guruhlar?
73. Zamonaviy korporativ madaniyatning asosiy tamoyillari?
74. Korporativ madaniyat turlari?
75. «Korporativ madaniyat» tushunchasini o‘rganishga yondashuvlar?
76. Majoritar aksiyadorlar uchun korporativ xulq-atvorning tamoyillari?
77. Kompaniya direktorlari uchun korporativ madaniyat tamoyillari?
78. Kompaniya menejerlari uchun korporativ madaniyat tamoyillari?
79. Korporativ nizolarning turlari?
80. «Hissadorlik jamiyatlari to‘g‘risida»gi qonunning mazmuni?
81. Moliyaviy boshqarishda kapitallar tarkibini boshqarish va qiymatini baholashning ahamiyati?
82. Hissadorlik kapitalining qiymati?
83. Gordonning klassik formulas?
84. Imtiyozli kapital uchun xos bo‘lgan jihatlar?
85. Investistiyalar samaradorligini aniqlash usullari?
86. Kreditdan foydalanish muddati davomiyligi qanday aniqlanadi?
87. Samaradorlik tushunchasi.
88. Korporativ boshqaruv andozalarini joriy etishning mazmuni.
89. Korporativ boshqaruv samaradorligi mezonlari.
90. Korporativ boshqaruv reytingini integral baholash.
91. Korporativ boshqaruv sifatiga qarab reyting sinflari.
92. Reytingni hisob-kitob qilishda qanday ma’lumotlardan foydalaniladi?
93. Korporativ boshqaruvda reyting darajalari.
94. Korporativ boshqaruvda monitoring tizimi.
95. Ichki nazorat tizimi faoliyatining tashkiliy-huquqiy asoslari.
96. Ichki audit xizmatining faoliyat yo‘nalishlari.
97. Taftish komissiyasi faoliyati mexanizmi.
98. Taftish komissiyasining hisobot berish tartibi.
99. Ichki audit xizmatining hisobot berish tartibi.
100. Korporativ boshqaruv muammolari va istiqbollari haqida aytib bering?

Qo'shimcha topshiriqlar-1

1. Xalqaro tashkilotlar tomonidan korporativ boshqaruvga berilgan ta'riflarni quyidagi jadvalda aks ettiring?

Jahon banki	Xalqaro valyuta jamg'armasi	Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkiloti
1.	1.	1.
2.	2.	2.
...	...	...

2. Xalqaro tashkilotlar tomonidan keltirilgan korporativ boshqaruv prinsiplarini quyidagi jadvalda aks ettiring?

Jahon banki	Xalqaro valyuta jamg'armasi	Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkiloti
1.	1.	1.
2.	2.	2.
...	...	...

3. Korporativ boshqaruvning rivojlanishi bo'yicha quyidagi jadvalni to'ldiring?

XV asr	
XVI asr	
XVII asr	
XVIII asr	
XIX asr	
XX asr	
XXI asr	

4. O'zbekistonda korporativ boshqaruvning rivojlanishi bo'yicha quyidagi jadvalni to'ldiring?

1-bosqich	
2-bosqich	
3-bosqich	
4-bosqich	
5-bosqich	
....	

5. O‘zbekistonda korporativ boshqaruvning huquqiy asoslari bo‘yicha quyidagi jadvalni to‘ldiring?

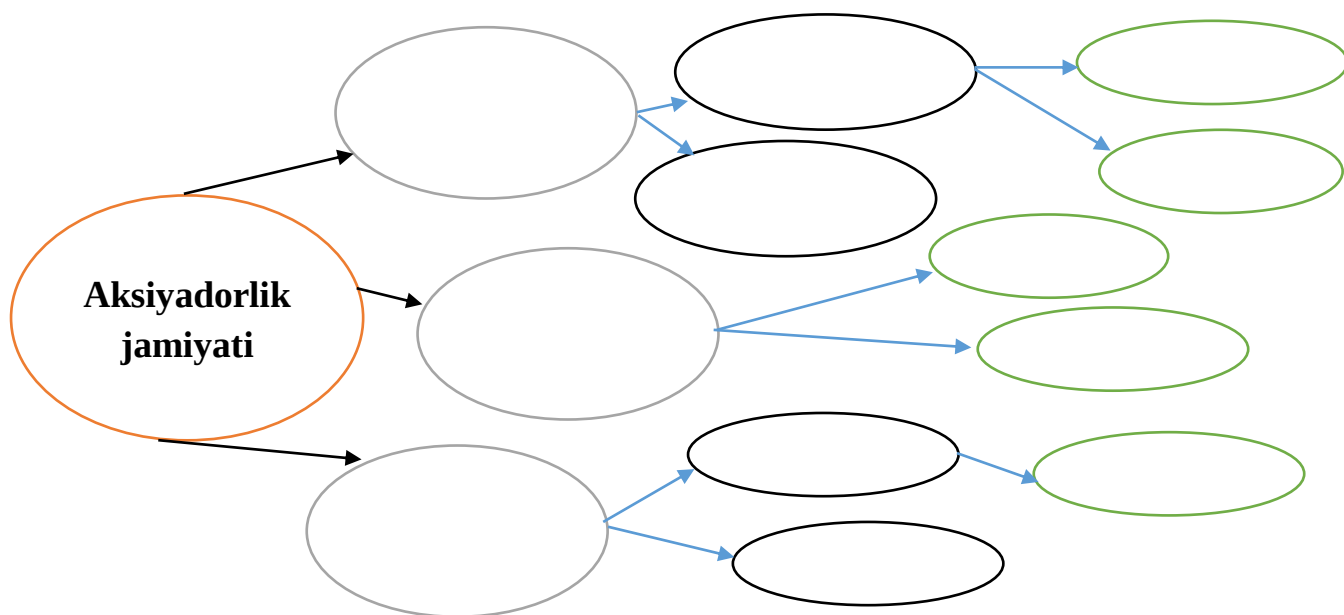
Qabul qilingan hujjat nomi	Qabul qilingan sana, tegishli moddalar raqami
O‘zbekiston Respublikasi Kodekslari	
....	
O‘zbekiston Respublikasi Qonunlari	
....	
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonlari	
....	
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Qarorlari, Farmoyishlari	
....	
O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasi Qarorlari, Farmoyishlari	
....	
Boshqa normativ-huquqiy hujjatlar	
...	

Qo‘shimcha topshiriqlar-2

1. Aksiyadorlik jamiyatlari, shu jumladan ochiq tipdagi va yopiq tipdagi aksiyadorlik jamiyatlarining afzalliklari va kamchiliklarini ko‘rsatgan holda quyidagi T-sxemani to‘ldiring?

Afzalliklari	Kamchiliklari
Aksiyadorlik jamiyati	
1.	1.
2.	2.
...	...
Ochiq tipdagi aksiyadorlik jamiyati	
1.	1.
2.	2.
...	...
Yopiq tipdagi aksiyadorlik jamiyati	
1.	1.
2.	2.
...	...

2. Aksiyadorlik jamiyati faoliyati bo'yicha klaster shakllantiring?



Qo'shimcha topshiriqlar-3

1. Korporativ boshqaruv modellarining qiyosiy tahlili bo'yicha quydagi jadvalni to'ldiring.

Model tavsifi	Anglo-amerika modeli	Nemis modeli	Yapon modeli
Ijtimoiy qadriyatlar tizimi			
Mehnat jamoasining roli			
Moliyalashtirishning asosiy usuli			
Axborot oshkoraligi bo'yicha asimmetriya			
Investitsiyalashning vaqt bo'yicha xususiyati			
Kapital bahosi			
Kapital bozori			
Asosiy iqtisodiy birlik (yirik biznesda)			
Investitsiyalar tiplari			
Menejment uchun to'lov			
Aksiyadorlik kapitali tarkibi			

2. Korporativ boshqaruv modellari afzalliklari va kamchiliklari bo'yicha T-sxemani to'ldiring.

Afzalliklar	Kamchiliklar
Anglo-amerika modeli	
1.	1.
2.	2.
...	...
Nemis modeli	
1.	1.
2.	2.
...	...
Yapon modeli	
1.	1.
2.	2.
...	...

3. O'zbekistondagi korporativ boshqaruv amaliyoti o'ziga singdirgan boshqa modellar xususiyatlari bo'yicha quyidagi jadvalni to'ldiring.

Afzalliklar	Kamchiliklar
Anglo-amerika modeli	
1.	1.
2.	2.
...	...
Nemis modeli	
1.	1.
2.	2.
...	...
Yapon modeli	
1.	1.
2.	2.
...	...

4. O'zbekistonda oilaviy biznesni rivojlantirish imkoniyatlari va to'sqinlik qilayotgan holatlar bo'yicha quyidagi jadvalni to'ldiring.

Mavjud imkoniyatlar	To'sqinlik qilayotgan holatlar
1.	1.
2.	2.
...	...

Qo'shimcha topshiriqlar-4

1. Korporativ boshqaruvda davlat ishtirokining afzalliklari va kamchiliklari bo'yicha T-sxemani to'ldiring.

Afzalliklari	Kamchiliklari
1.	1.
2.	2.
...	...

2. Oltin aksiya, oddiy aksiya va imtiyozli aksiyalarning qo'llanish xususiyatlari bo'yicha quyidagi jadvalni to'ldiring.

Oltin aksiya	Oddiy aksiya	Imtiyozli aksiya
1.	1.	1.
2.	2.	2.
...	...	...

3. Oltin aksiya amaliyoti joriy etilgan aksiyadorlik jamiyatlarida davlat vakilining tayinlanishi, vakolatlari va majburiyatlari, veto qo'yish tartibi bo'yicha sxema shakllantiring.

Davlat vakilining tayinlanish tartibi	Davlat vakilining vakolatlari	Davlat vakilining majburiyatlari	Qarorlarga veto qo'yish tartibi
1.	1.	1.	1.
2.	2.	2.	2.
...	...	...	...

Qo'shimcha topshiriqlar-5

1. Aksiyadorlik jamiyatlari korporativ veb-saytida, Korporativ axborotlar yagona portalida, fond birjasi veb-saytida e'lon qilinishi lozim bo'lgan axborotlar bo'yicha jadvalni to'ldiring.

AJ korporativ veb-saytida	Korporativ axborotlar yagona portalida	Fond birjasi veb-saytida
1.	1.	1.
2.	2.	2.
...	...	...

Qo'shimcha topshiriqlar-6

1. Korporativ moliyaviy siyosatda moliyaviy strategiya va moliyaviy taktikada qo'yiladigan va amalga oshiriladigan vazifalar bo'yicha T-sxemani to'ldiring.

Moliyaviy strategiyada	Moliyaviy taktikada
1.	1.
2.	2.
...	...

2. Korporativ moliyaviy siyosatda moliyaviy ta'minot va investitsion faoliyatni samarali tashkil etish yo'nalishlarini belgilang.

Moliyaviy ta'minotda	Investitsion faoliyatda
1.	1.
2.	2.
...	...

Qo'shimcha topshiriqlar-7

1. Taftish komissiyasi va ichki audit xizmati faoliyatidagi farqli jihatlar bo'yicha quyidagi jadvalni shakllantiring.

Taftish komissiyasi	Ichki audit xizmati
1.	1.
2.	2.
.....	

2. Taftish komissiyasi va ichki audit xizmati hisobotini shakllantirish bo'yicha quyidagi jadvalni shakllantiring.

Taftish komissiyasi	Ichki audit xizmati
1.	1.
2.	2.
.....	

GLOSSARIYLAR

O'zbek tilidagi sharhi	Ingliz tilidagi sharhi	Terminning sharhi
Agent	Agent	shartnoma asosida “agentlik to‘lovi” ga amal qilgan holda boshqa shaxsning topshirig‘iga kura birinchi hisob raqamdan ikkinchi hisob raqamga pul o‘tkazish operastiyalarini amalga oshiruvchi yuridik va jismoniy shaxsdir
Anderrayter	Underwriter	shaxs yoki tashkilot ko‘rinishida bo‘lib, u qimmabaho qog‘ozlarni ya’ni yangi chiqarilgan akstiya va obligastiyalarni investorlarga sotishda javobgarlikni va kafillikni o‘z bo‘yniga oladi.
Asimmetrik axborot	Asymmetrical information	birinchi guruh etarli darajadagi axborotga ega bo‘lishi, boshqa gunuhning axborotlarga ega bo‘lmaslik holati
Austayder	Outsider	korporastiya va uni boshqarishda qatnashmaydigan, “Mustaqil direktor” bo‘lmagan, korporastiyaning ishchisi bo‘lmagan lekin korporastiyaning akstiyasiga ega bo‘lgan shaxs
Affillangan shaxs	Affiliated person	korporastiyaning faoliyatiga o‘z ta’sirini o‘tkaza oladigan jismoniy yoki yuridik shaxs
Aksiyadorlik kapitali	Share capital	akstiyadorlik jamiyatining akstiyalarini emissiya qilish yo‘li bilan shakllantirgan kapitali. Akstiyadorlik jamiyatining muassislari- akstiyadorlik jamiyatini tuzish to‘g‘risidagi ta’sis shartnomasini imzolagan yuridik va jismoniy shaxslar
Assotsiyat-siya	Association	Tijorat tashkilotlari o‘rtasida ular faoliyatini muvofiqlashtirish, shuningdek, umumiy mulkiy manfaatlarni ifodalash va himoya qilish maqsadida tashkil etiladigan birlashma tashkil qilgan jismoniy yoki huquqiy shaxslar birlashmasidir
Diversifikat siya	Diversification	har tomonlama rivojlantirish; yirik firmalar-birlashmalar yoki tarmoqlar faolligini kengaytirish

Dividend	Dividend	bu foydaning soliqlar va majburiy to'lovlar to'langanidan, qayta investisiya amalga oshirilganidan so'ng akstiyadorlar jamiyati ixtiyorida qoladigan, akstiyadorlar o'rtasida taqsimlanishi kerak bo'lgan qismi
Investistiyalar	Investment	pul mablag'lari sarflari bo'lib, tadbirkorlik va boshqa faoliyat turlari ob'ektlariga kiritiladigan foyda, yaratiladigan yoki ijtimoiy samara beradigan mulkiy yoki intellektual boyliklarning hamma turlaridir.
Investition faoliyat	Investment activities	foyda olish yoki boshqa foydali samara olish uchun investistiyalar qo'yish va amaliy faoliyatni tashkil qilishdir.
Kartel	Cartel	narxlarni qat'iylashtirish va mahsulot ishlab chiqarish hajmini cheklash yo'li bilan foydani hamkorlikda ko'paytiradigan ishlab chiqaruvchi guruhlar.
Konsorstium	Consortium	bir necha banklar va kompaniyalarning yirik moliyaviy operastiyalarini amalga oshirish uchun tuzilgan monopolistik birlashma.
Korporativ boshqaruv	Corporate Governance	bu biznesning tashkiliy - huquqiy rasmiylashtirilishini, tashkiliy strukturalarning optimallashtirishini boshqarish, qabul qilingan maqsadlarga muvofiq kompaniyada ichki va tashqi firma munosabatlarini tashkil qilishdir
Korporatsiya	Corporation	(lotincha corporatio – birlashish) – bu umumiy maqsadlarga erishish, birgalikda faoliyat ko'rsatish uchun birlashgan va huquqning mustaqil sub'ektini – huquqiy shaxsni
Konsern	Business concern	Manfaatlar umumiyligi, moliyalashtirish, ishlab chiqarish hamkorligi bilan bog'langan, yagona mulkchilik negizi va nazorat organiga ega bo'lgan korxonalar birlashmasi. Nazorat nizom kapitalida ishtirok etish tizimi orqali amalga oshiriladi

Konglomerat	Konglomerat	Texnologik jihatdan bir-biri bilan bog‘liq bo‘lmagan ko‘p sonli tashkilotlarning birikuvi (birlashish va qo‘shib olish) natijasida vujudga keladigan struktura.
Moliya sanoat guruhleri (MGS)	Finansial industrial group	MGS tashkil etish haqida shartnoma imzolagan, yuridik shaxs huquqiga ega xo‘jalik sub’ektlari majmui. Tovar va xizmatlar ishlab chiqarish sohasida amal qiluvchi strukturalar va moliyaviy struktura mavjud bo‘lishi shart. Davlat ro‘yxatidan o‘tkazilishi shart.
Majoritar akstiyador	Major shareholders	kompaniya ustidan nazorat qilish uchun yirik akstiyalar paketi egalari.
Minoritar akstiyador	Minority shareholders	kompaniya tijorat va siyosiy masalalarini hal etishda etarsiz akstiyalar paketiga ega shaxslar
"Oltin akstiya"	Gold share	bu ayrim akstiyadorlik jamiyatlarini boshqarishda davlat ishtirokining maxsus huquqi bo‘lib, u strategik ahamiyatga ega bo‘lgan davlat korxonalari xususiylashtirilayotganda yoki akstiyadorlik jamiyatlarining davlat akstiya paketlari xususiy mulk etib realizastiya qilinayotganda O‘zbekiston Respublikasi Xukumatining qaroriga asosan joriy qilinadi va mamlakatning iqtisodiy manfaatleri ximoya qilinishini ta’minlaydi
Sindikat	Syndicate	bir turdagi mahsulot ishlab chiqarish korxonalarining o‘z mahsulotlarini yagona savdo tarmog‘i orqali sotishni tashkil etish maqsadida tuzilgan korporativ birlashma.
Xolding	Holding company	Bosh korxonalarining akstiyalar nazora paketiga ega bo‘lgan va ularga nisbatan belgilangan funkstiyalarni bajaruvchi xo‘jalik jamiyati shaklidagi yuridik shaxs (sof xolding, ma’muriy xolding, moliyaviy xolding va h.k.)

TEST TOPSHIRIQLARI

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Korporativ boshqaruvning asosiy maqsadi qaysi javobda keltirilgan?

- a) kompaniyaning bozordagi ulushi va kapitallashuv darajasini oshirib borish orqali aksiya dorlar daromadligini ta'minlash
- b) korporativ tuzilmada xarajatlarning maqsadli yo'naltirilishi ustidan nazoratni amalga oshirish;
- s) boshqaruvning xalqaro talab va standartlariga muvofiqligini ta'minlash;
- d) aksiyadorlik jamiyatlari va mas'uliyati cheklangan jamiyatlarda davlat tomonidan boshqaruv sifatini oshirish.

2. Qaysi javobda korporativ boshqaruv obyekti to'g'ri berilgan?

- a) korporativ munosabatlar;
- b) korporativ prinsiplar;
- s) korporativ ishtirokchilar;
- d) aksiyadorlik jamiyati zararlarini taqsimlash.

3. Korporativ boshqaruv subyektlari qaysi javobda keltirilgan?

- a) aksiyadorlik jamiyatlari, aksiyadorlar, menejerlar, davlat, kreditorlar va boshqa manfaatdor shaxslar;
- b) qimmatli qog'ozlar bozori, fond bozori, qimmatli qog'ozlar markaziy depozitariysi;
- s) barcha korporativ munosabatlarga nisbatan korporativ boshqaruv subyektlari sifatida qaraladi;
- d) korporativ boshqaruv amaliyotida alohida subyektlar mavjud emas;

4. Aksiyadorlik kompaniyalari faoliyatida professional menejmentga qachondan boshlab alohida e'tibor qaratila boshlangan?

- a) XX asrdan
- b) 1980-yillardan
- s) XXI asrdan
- d) 1950-yillardan.

5. Korporativ boshqaruvning prinsiplari qaysi javobda to'liq ko'rsatilgan?

- a) qonuniylik, adolatlilik, hisobdorlik, javobgarlik, oshkoralik, shaffoflik;
- b) itoatkorlik, qonuniylik, majburiylik, ta'minlanganlik, to'lovlilik;
- s) manfaatdorlik, muddatlilik, asoslanganlik, maqsadlilik, qonuniylik;
- d) xalqaro amaliyotda korporativ boshqaruv prinsiplari qabul qilinmagan, O'zbekistonda mustaqillik va liberallik prinsiplari mavjud.

6. Korporativ boshqaruvning qaysi prinsipi aksiyadorlik kompaniyalarida aksiyadorning ulushidan qat'i nazar, bir xil munosabatda bo'lish, minoritar aksiya dorlar huquqlari va manfaatlarini ta'minlash lozimligini nazarda tutadi?

- a) adolatlilik prinsipi
- b) hisobdorlik prinsipi;
- s) shaffoflik prinsipi;
- d) oshkoralik prinsipi.

7. O‘zbekistonda korporativ boshqaruvni tashkil etish va amalga oshirishning huquqiy asosi hisoblangan eng asosiy qonunchilik hujjatini ko‘rsating?

a) “Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida”gi Qonun;

b) “Qimmatli qog‘ozlar bozori to‘g‘risida”gi Qonun;

s) Korporativ boshqaruv kodeksi;

d) Soliq kodeksi va “Qimmatli qog‘ozlar bozori to‘g‘risida”gi Qonun.

8. Korporativ boshqaruvning iqtisodiy mohiyati to‘g‘ri keltirilgan javobni belgilang?

a) amaldagi huquqiy me‘yorlarga asoslanib, boshqaruvning ma‘lum bir prinsiplari asosida korporativ tuzilmalarda muntazam foydaga erishish uchun amalga oshiriluvchi boshqaruv faoliyati;

b) kompaniyaning bozordagi ulushi va kapitallashuv darajasini oshirib borish orqali aksiyadorlar daromadligini aniqlash

s) aksiyadorlar mulki ustidan nazoratni amalga oshirib, kapital tarkibi teng taqsimlanishiga qaratilgan boshqaruv faoliyati;

d) aksiyadorlik jamiyatlaridan erishilgan foydani mulkdorlar va menejerlar o‘rtasida adolatli taqsimlashga qaratilgan faoliyat.

9. Rivojlangan davlatlarda qo‘llaniladigan Korporativ boshqaruv kodeksi qanday hujjat hisoblanadi?

a) aksiyadorlar umumiy yig‘ilishi tomonidan qabul qilinib, aksiyadorlik jamiyatida rioya qilinishi majburiy hisoblangan hujjat;

b) davlat qonun chiqaruvchi hokimiyati tomonidan qabul qilinib, barcha rioya qilishi majburiy bo‘lgan hujjat;

s) jamoat tashkilotlari tomonidan qabul qilinib, barcha rioya qilishi majburiy bo‘lgan hujjat;

d) Jahon banki tomonidan qabul qilinib, barcha davlatlardagi aksiyadorlik jamiyatlari tomonidan rioya qilinishi majburiy hujjat.

10. Genuya banki keyingi taraqqiyot bosqichlarida qanday kompaniyalar uchun biznesni tashkil etish namunasi bo‘lib xizmat qilgan?

a) kolonial kompaniyalar;

b) davlat kompaniyalari;

c) xorijiy kompaniyalar;

d) notarial kompaniyalar;

11. Korporativ nazorat mexanizmi, qarorlar qabul qilish tartibi, amaldagi moliya tizimi bilan bevosita bog‘liq holda kompaniya ichki boshqaruviga kapital bozorining ta’siri, korporativ qonunchilik, aholining iqtisodiy taraqqiyot natijasida shakllangan iqtisodiy xulq atvor me‘yorlarini yaxlit tarzda qamrab olgan tushuncha qaysi javobda keltirilgan?

a) korporativ boshqaruv modeli;

b) korporativ nazorat modeli;

s) moliya bozori modeli;

d) iqtisodiy taraqqiyot modeli.

12. XV asrda tashkil etilgan qaysi tashkilot birinchi aksiyadorlik jamiyati hisoblanadi?

- a) Genuya banki;
- b) Vest-indiya kompaniyasi;
- c) London fond birjasi;
- d) Moskva kemasozlik kompaniyasi.

13. Yevropa tajribasi asosida Shimoliy Amerikada ham korporatsiyalar tashkil etila boshlanishi qaysi davrga to'g'ri keladi?

- a) XIX asr boshiga;
- b) XV asr o'rtalariga;
- c) 1929–1933-yillarga;
- d) XX asr 70-yillariga.

14. Axborotlarni oshkor qilish bo'yicha eng qat'i talab qaysi modelda kuzatiladi?

- a) anglo-amerika;
- b) oila;
- s) yapon va nemis;
- d) xitoy;

15. Anglo-amerika modelida korporatsiyalarni moliyalashti-rishning eng asosiy manbasi qaysi institut hisoblanadi?

- a) fond bozori;
- b) sug'urta kompaniyalari;
- s) tijorat banklari;
- d) lizing kompaniyalari.

16. Korporativ boshqaruvning anglo-amerika modeliga xos xususiyat keltirilgan javobni belgilang?

- a) aksiyadorlik kapitali tarqoqligi;
- b) banklarning faolligi;
- s) institutsional investorlar ulushi keskin yuqoriligi;
- d) kapitalning nazorat paketi oila a'zolariga tegishli ekanligi.

17. Qaysi modelda kompaniya ishchi-xodimlari va kasaba uyushma a'zolarining Kuzatuv kengashida ishtirok etishi majburiy etib belgilangan?

- a) nemis;
- b) anglo-amerika;
- s) oila;
- d) yapon.

18. Qaysi model keyretsu modeli deb ham ataladi?

- a) yapon;
- b) xitoy;
- s) nemis;
- d) anglo-amerika.

19. Qaysi davlatda ham Germaniyadagi singari banklar yirik aksiyadorlar hisoblanadi va ularga moliyalashtirishning muhim manbasi sifatida qaraladi?

- a) Yaponiyada;

- b) AQShda;
- s) Buyuk Britaniyada;
- d) O'zbekistonda.

20. O'zaro kapital almashinuvi (qarama-qarshi tarzda aksiyalarga egalik qilish) orqali korporativ boshqaruv tashkil etish amaliyoti qaysi modelga nisbatan ko'proq kuzatiladi?

- a) yapon modelida;
- b) bir pog'onali umumiy tan olingan tamoyillarga asoslangan modelda
- s) kontinental modelda.
- d) oila modelida.

21. Tarixan birinchi aksiyadorlik jamiyati hisoblangan Genuya bankida ijroiya organ funksiyalarini bajaruvchi organ qanday nomlangan?

- a) protektorlar kengashi;
- b) kotibiyat kengashi;
- c) kollegial kengash;
- d) auditorlar kengashi.

22. Korporativ boshqaruvning qaysi modelida boshqaruv piramida shaklida amalga oshiriladi?

- a) oila modelida;
- b) tarmoq modelida;
- c) nemis modelida;
- d) yapon modeli.

23. Javobgarlikning cheklanganligi prinsipi va kapitalga egalik qilishning uni boshqarishdan alohidalashuvi asosida mulkchilikning qaysi shakli yuzaga kelgan?

- a) aksiyadorlik;
- b) davlat;
- c) xususiy;
- d) aralash.

24. Aksiyadorlik jamiyatlari yuzaga kelishiga aynan qaysi omillar sabab bo'lgan?

- a) MChJlarning mablag' jalb qilish imkoniyatlari cheklanganligi va ehtiyojlarning keskin ortib borishi;
- b) davlat iqtisodiyotni tartibga solishida murakkabliklar yuzaga kelganligi;
- c) qarz munosabatlarining yuqori darajada rivojlanishi va MChJlar imkoniyati muntazam ortib borishi;
- d) qishloq xo'jaligida renta munosabatlari rivojlanib, ehtiyojlarning muntazam qanoatlantirilganligi.

25. Genuya banki keyingi taraqqiyot bosqichlarida qanday kompaniyalar uchun biznesni tashkil etish namunasi bo'lib xizmat qilgan?

- a) kolonial kompaniyalar;
- b) davlat kompaniyalari;
- c) xorijiy kompaniyalar;
- d) notarial kompaniyalar;

TAVSIYA ETILADIGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

Adabiyotlar ro'yhati

1. O'zbekiston Respublikasi "Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi Qonuni. 2014-yil 6-may.
2. O'zbekiston Respublikasi "Qimmatli qog'ozlar bozori to'g'risida"gi Qonuni. 2015-yil 3-iyun.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 4947-sonli "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida" Farmoni. 2017-yil 7-fevral.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 4720-sonli "Aksiyadorlik jamiyatlarida zamonaviy korporativ boshqaruv uslublarini joriy etish chora-tadbirlari"gi Farmoni. 2015-yil 24-aprel.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida investitsiya muhitini tubdan yaxshilash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5495 sonli Farmoni. 2018-yil 1-avgust.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 4609-sonli «O'zbekiston Respublikasida investitsiya iqlimi va ishbilarmonlik muhitini yanada takomillashtirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni. 2014-yil 7-aprel.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Aksiyadorlik jamiyatlariga xorijiy investorlarni jalb qilish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 2454-sonli Qarori. 2015-yil 21-dekabr.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Jahon banki va Xalqaro moliya korporatsiyasining "Biznes yuritish" yillik hisobotida O'zbekiston Respublikasining reytingini yanada yaxshilash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3852 sonli qarori. 2018-yil 13-iyul.
9. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining "Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruv tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori. 2014-yil 2-iyul.
10. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Fond birjasida aksiyalarni ommaviy taklifini o'tkazishni tashkil etish to'g'risida"gi 268-sonli Qarori. 2017-yil 10-may.
11. Elmirzayev S. Zamonaviy korporativ boshqaruv. Darslik–T.: "Iqtisod-moliya", 2019.
12. Турсунова Н. Корпоратив молияни бошқаришда молиявий таъминотни самарали ташкил этиш йўллари. Монография. – Т.: "Иқтисод-Молия", 2017. – 152 б.
13. Ходиев В. ва бoshq. Корпоратив бoshqaruv. – Toshkent – 2012. – 246 б.
14. Зайнутдинов Ш.Н. Основы корпоративного управления. - Т .: Узбекистан, 2008. - 260 с.

15. Ходиев Б.Ю., Беркинов Б.Б. Справочник по корпоративному управлению и конкурентоспособности. - Т.: 2011 г.
16. Ходиев Б.Ю., Карлибаева Р.Х., Акрамова Н.И. Корпоративное управление. Методическое пособие. - ТДИУ, 2010. - 280 с.
17. Стин Томсен и Мартин Коньон - Корпоративное управление, механизмы и системы. McGraw-Hill Higher Education UK, 2012 г. - 367 стр.
18. Боб Трикер - Корпоративное управление, принципы, политика и практика, 3-е издание, Оксфордский центр онлайн-ресурсов, 2012 г. - 904 стр.
19. Кузнецов С.В., Растова Ю.И., Итютиков Ю.П. - Корпоративный менеджмент (учебное пособие для бакалавров) - Издательство СПбГЭУ, 2013 г. - 260 с.
20. Suyunov D. Korporativ boshqaruv mexanizmi: muammo va yechimlar. Monografiya. – T.: Akademiya, 2007. – 319 b.
21. Шиксвердиев А.П. - Корпоративное управление: учебное пособие – Издательство СГУ, 2015 - 241с.
22. Проект IFC по корпоративному управлению в Центральной Азии - Курс корпоративного управления - Алматы. 2009. - 193 гг.
23. Самосудов М. В. - Теория корпоративного взаимодействия: учебник по курсу «Корпоративное управление» - М., 2006. - 340 с.

Internet sayti

24. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi xukumat portali.
25. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.
26. www.mf.uz – O‘zbekiston Respublikasi moliya vazirligi;
27. www.openinfo.uz – Korporativ axborotlar yagona portali;
28. www.uzse.uz – Toshkent respublika fond birjasi;
29. www.oesd.org – Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti;
30. www.worldbank.org – Jahon banki;
31. www.doingbusiness.org – Biznes yuritish hisobotlari;
32. www.csm.gov.uz – Qimmatli qog‘ozlar bozorini rivojlantirish va muvofiqlashtirish markazi;
33. www.gkk.uz – Xususiy lashtirilgan korxonalarga ko‘maklashish va raqobatni rivojlantirish davlat qo‘mitasi;
34. www.deponet.uz – Qimmatli qog‘ozlar markaziy depozitariysi;
35. www.youtube.com/watch?v=mX9nd0eQ-6g (Krassimir Petrov - Financial Management - Lecture 01)
36. www.stat.uz - O‘zbekiston statistika qo‘mitasi.
37. www.ziyonet.uz - Ta’lim portali.