

отраслях экономики, в том числе автомобилестроение, производстве электротоваров, строительстве, химической промышленности, в сфере финансовых услуг, судостроении и тяжелой промышленности. В этот же период компания Hyundai имела общий годовой доход около 90 млрд. Долл. США и более 200 000 сотрудников.

В заключение, Hyundai известна своей сильной и эффективной практикой корпоративного управления, которая помогла компании сохранить репутацию прозрачности, ответственности и надежности. Эта практика также способствовала успеху Hyundai в построении прочных отношений с заинтересованными сторонами, как на местном, так и на международном уровне.

Список использованной литературы:

1. Трофимова Е. М. Роль чеболей в развитии экономики Республики Корея // Актуальные исследования. 2023. №12 (142). Ч.II. С. 45-49.
2. Федоровский А. Н. Феномен Чэболь. Государство и крупный бизнес в Республике Корея. М.: ИД Стратегия, 2008 -320 с.
3. Jwa S. H., Lee I. K. Competition and corporate governance in Korea: Reforming and restructuring the Chaebol. USA: Edward Elgar. 2014. -207 p.

НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ

Акрамова Назокат Исраиловна

Ташкентский государственный экономический университет

Старший преподаватель кафедры Менеджмент и маркетинг

nazokat8067@gmail.com

Аннотация

В условиях глобализации внедрение эффективных элементов корпоративного управления для победы акционерных компаний в здоровой конкуренции является услугой, которая повысила прибыльность компаний. Компании навязывают индивидуальную корпоративную культуру в зависимости от их вида деятельности, характера. В данной статье рассматривается систематизация концептуального содержания функциональных аспектов корпоративной культуры в акционерных обществах, а также профилактика и ресурсные возможности социальных проблем и конфликтов в акционерных обществах. Рассмотрено влияние различных факторов на определение корпоративной культуры в акционерных обществах. Она заключается в разработке предложений и рекомендаций по дальнейшему совершенствованию национальной системы корпоративного управления в соответствии с корпоративным кодексом в контексте диверсификации экономики и формирования корпоративной культуры в акционерных обществах.

Ключевые слова: корпоративная культура, корпоративное управление, удовлетворенность сотрудников, миссия компании, организационное поведение,

трансформация, эффективность компании, акционерное общество, здоровая конкурентоспособность, анкета, органы управления, цифровизация.

В современных условиях акционерные общества являются частью экономической системы со своими особенностями. В экономическом смысле понятие акционерного общества - это хозяйствующий субъект, образованный несколькими физическими или юридическими лицами путем консолидации капитала. Акционерное общество - это компания, объединяющая множество юридических и физических лиц с материальной и управленческой точек зрения, в конечном итоге получающая основные экономические и финансовые выгоды от деятельности предприятия. Акционерные общества как хозяйствующий субъект представляют собой социально-экономическую систему, которая объединяет экономические элементы своей структуры, различающиеся по своим задачам, вокруг единой стратегически важной цели.

На сегодняшний день мировая экономика стремительно развивается. Роль крупных предприятий, корпораций и компаний в этом несравнима. Правильная и эффективная организация их управленческой деятельности, в частности, остается одним из актуальных вопросов. Оптимальный способ - внедрить корпоративное управление для обеспечения прозрачности собственности. Корпоративное управление к настоящему времени стало не только современной философией управления предприятием, но и важной технологией, обеспечивающей эффективность. В результате улучшения корпоративного управления значительное увеличение экономической добавленной стоимости и чистой прибыли, повышение эффективности и снижение риска отражены в различных исследованиях. В частности, результаты исследования, проведенного рядом ведущих экспертов, показали, что в компаниях, где было налажено эффективное корпоративное управление, добавленная экономическая стоимость была на 8,5 процента выше, чем в компаниях, где стандарты корпоративного управления не применялись.

Предприятия с аналогичной деятельностью в глобальном масштабе, именуемые корпорациями, могут выходить за рамки национальных территорий и расширять свою экономическую деятельность до международного, глобального масштаба, и проблема социокультурных противоречий в их деятельности становится все более актуальной. То есть естественно, что в будущем расширение деятельности акционерных обществ будет расширяться в соответствии с уровнем транснациональных корпораций. Благодаря сложным корпоративным стратегиям и связанным с ними сетям транснациональные корпорации вовлечены в международное производство, характеризующееся сложным разделением труда внутри предприятия, каждая из его ветвей определяет свою корпоративную миссию. В результате они создают интегрированную международную производственную систему, включающую примерно треть производственных активов мирового частного сектора под управлением транснациональных корпораций. То есть сегодня в Узбекистане акционерные общества с десятками и сотнями тысяч сотрудников играют решающую роль в современной экономической и социальной жизни с доходом,

соответствующим валовому внутреннему продукту компаний и объединений в форме собственности.

Объединение составляющих акционерных обществ осуществляется с использованием механизмов, которые представляют собой разработку правил и норм его управления, формальных и неформальных рычагов-действий, влияющих на рыночную стоимость акционерных обществ. Основное отличие акционерных обществ от других предприятий заключается в том, что они носят характер использования целенаправленных методов управления и процессов с экономической мотивацией.

Экономические отношения в акционерных обществах состоят из специфического механизма распределения, направленного на формальный иерархический механизм существующего в них корпоративного управления, включая управление конфликтами в корпоративной среде.

Другим важным направлением при изучении управленческой деятельности в акционерных обществах является анализ субъектов управленческой деятельности, то есть физических лиц (акционеров), рассматриваемых как руководство. Как субъект управления, корпоративная система рассматривается как рычаг, оказывающий определенное влияние на управленческое подразделение посредством существующих правил и норм. Анализ взаимодействия между объектом и субъектом управленческой деятельности приводит к пониманию акционерного общества как социальной инфраструктуры с формальными и неформальными связями. Бюрократические и личные неформальные отношения могут быть конфронтационными и, таким образом, создавать конфликт. Корпоративная культура, состоящая из системы норм, правил и ценностей, присущих акционерным обществам, может служить как средством смягчения подобных противоречий, так и катализатором споров. Любое акционерное общество со временем неизбежно разовьет свою собственную культуру, то есть оно будет обладать набором специфических знаний, навыков и процедур, которые регулируют его деятельность и передаются новым членам этого предприятия. Собственно, это обычно и является причиной проникновения понятия "корпоративная культура". В то же время на предприятиях существуют два принципиально разных регулятора. С одной стороны, это правила технического характера, а с другой, учитываются их значения. Первый определяет путь, выбранный предприятием для достижения цели. На самом деле, сюда включены различные технологии и технические правила. С другой стороны, на предприятиях будут действовать правила, которые носят "идеологический" характер. В рамках этих правил эффективно используются определенные инструменты, причина которых кроется в ценностях, выдвигаемых в данном предприятии. Социальная функция корпоративной культуры заключается в создании фирменного стиля, согласовании правил коллективного порядка, установлении границ корпоративной культуры и формировании солидарной социальной среды Акционерного общества посредством достижения его целей. Управленческой функцией корпоративной культуры является формирование сильной социальной среды в акционерных обществах. Социальная среда акционерных обществ - это

система социальных контактов, взаимодействий и взаимоотношений на предприятии, регулирование которых осуществляется через корпоративную культуру. Социокультурный аспект деятельности акционерного общества, его социокультурная среда определяет сферу охвата экономических вопросов при изучении этих бизнес-структур и процессов.

Большинство ученых определяют корпоративную культуру как систему ценностей, которые определяют направление для социальной системы при выборе пути к тому или иному развитию. На наш взгляд, понятие "социокультура" - это, прежде всего, сложная взаимосвязь между культурой и обществом. Такая связь определяет состояние общества и особенности социального поведения составляющих его индивидов. Во-вторых, эта концепция указывает на то, что культура должна определяться через ее нормативные элементы.

Такой подход к пониманию культуры неразрывно связан с важностью корпоративной культуры. По мере усложнения отношений в обществе возникают двусторонние противоречия из-за социокультурного, недифференцированного понятия, различие которого в первом случае определяет нормы, регулирующие взаимодействие и взаимоотношения людей, во втором понимается культура индивидов, осуществляющих эти отношения. Тем не менее, идеи о том, что между ними существуют границы, считаются абстрактными, поскольку, помимо социальной и культурной сферы, существование реальных сфер, которые вчера были социальными, сегодня могут быть культурными или наоборот.

Корпоративная культура неформальные отношения социальной солидарности сотрудников внутри акционерных обществ можно дифференцировать по принципу естественности. Процесс "творческого созидания" культуры применительно к акционерным обществам можно интерпретировать как управление социальными процессами корпоративной культуры, определяющими аспекты социально-экономической стабильности и ее развития с целью влияния на эти отношения, поведение, взаимодействие членов акционерных обществ. В этом смысле процесс создания и воспроизведения корпоративных норм и ценностей является важным компонентом управленческой деятельности. Такое целенаправленное управление является основным критерием деятельности акционерных обществ.

Следует отметить, что корпоративная культура, влияющая на социальную среду Акционерного общества, также положительно влияет на производственный процесс предприятия. Корпоративная культура может быть использована для эффективного осуществления экономической деятельности, а также для выявления причин различных корпоративных конфликтов в акционерных обществах, которые могут быть изучены как ресурс предотвращения конфликтов. Корпоративная культура не рассматривается как отдельная надстройка над экономическими основами предприятий, но применительно ко всем аспектам деятельности акционерного общества мы считаем, что внутрикорпоративное взаимодействие связано со сложившимися ценностями и нормами, а акционерные общества важны для достижения целей

бизнеса, которые они бросают перед собой. В связи с этим зарубежные и отечественные исследователи корпоративной культуры рассматривают в своих работах широту представлений о сущности и функциях корпоративной культуры в корпорациях. Целесообразно проанализировать функции корпоративной культуры в связи с деловой и социальной составляющими деятельности акционерных обществ. Важность корпоративной культуры для эффективного функционирования и стабильности предприятий была широко признана различными учеными и менеджерами. Однако существует альтернативная точка зрения, согласно которой сильная корпоративная культура может не повысить эффективность акционерных компаний, а, скорее, значительно снизить их способность "вносить качественные изменения и критически размышлять", и это может привести к их "слабости в плане убыточности". Другими словами, влияние корпоративной культуры также может иметь неопределенные последствия для бизнеса. По этой причине тема корпоративной культуры является спорной и остается одним из наиболее распространенных аспектов в исследованиях. Зарубежный ученый З. Согласно позиции фрейдистской теории, воплощенной в "неудовлетворенности культурой", культура носит репрессивный характер по отношению к личности. Акционерные общества все чаще основываются на принципах стабилизации внешнего вида и поведения сотрудников, развития взаимодействия внутри предприятия.

В акционерных обществах требования могут состоять из поведения, внешнего вида, одежды и т.д. Это также может достигать уровня строгой формализации, начиная от неофициальных требований. Это проявляется в широко распространенной практике составления внутренних этических стандартов и других корпоративных документов предприятия, в этих документах содержатся строгие правила поведения корпоративных сотрудников. Процедура формализации или культурной стандартизации поведения на основе строгих документов должна основываться на индивидуальных особенностях человека, поскольку это условие может вызвать конфликты между предприятием и отдельным лицом.

В современном менеджменте акционерных обществ используется распространенная практика составления моральных норм. Это, в свою очередь, предполагает введение новых глобальных правил. На наш взгляд, важной задачей менеджмента является принятие риска цивилизации или работа по его развитию, что приводит к позитивному изменению корпоративной культуры в акционерных обществах. Многие предприятия, изучив особенности корпоративной культуры при внедрении успешной деятельности предприятия в систему управления, считают, что мотивация сотрудников, актуальность идей и экономический результат корпорации будут положительными. Взаимосвязь между экономической эффективностью акционерного общества и состоянием корпоративной культуры существует эмпирически. В деятельности акционерных обществ определено, что индивидуальные параметры корпоративной культуры определяются для них такими показателями, как участие в культурных процессах акционерных обществ, гибкость, последовательность.

В последние годы дискуссии о концепциях привели к формированию различных подходов к феномену культуры на предприятии и взаимосвязи между терминами "организационная культура" и "корпоративная культура". Эти концепции различаются по-разному. В понимании корпоративной культуры в акционерных обществах организационная и корпоративная культуры также имеют аспекты, отличающиеся по своему содержанию и генезису во-первых, различие между понятиями организационной и корпоративной культуры возникает из-за различий на предприятиях, сформированных в разных формах собственности. Во-вторых, организационная культура предприятия может возникнуть сама по себе, но корпоративная культура создается руководством акционерных обществ на основе миссии производства или службы предприятия, идеологии работающих в нем сотрудников.

На наш взгляд, продуктом сознательных действий руководства корпоративной культуры в акционерных обществах является формирование определенных ценностей и норм, основанных на четкой миссии. Исследование корпоративной культуры в акционерных обществах показало, что использование различных инновационных методов для изменения этой сферы приводит к эффективному экономическому результату.

Эффективность корпоративной культуры можно рассматривать с использованием различных критериев, например:

- а) соответствие культуры и структуры акционерного общества стратегическим целям, характеру деятельности, стадии ее развития;
- б) зависимость корпоративной культуры от направленности деятельности акционерного общества.- Акционерные общества и стабильность отношений;
- в) наличие.

Определения корпоративной культуры в вышеупомянутых акционерных обществах основаны на полном охвате всех аспектов деятельности предприятия. Заключается в систематизации концептуального содержания функциональных аспектов корпоративной культуры и предотвращении социальных проблем и конфликтов в акционерных обществах и более глубоком изучении ресурсных возможностей. Все изученные типологии изучаются и обсуждаются в формате западной модели экономики и бизнеса, а выявленные авторами типы культуры основаны на особенностях ведения бизнеса и управления определенными предприятиями.

Давайте рассмотрим влияние различных факторов на определение корпоративной культуры в акционерных обществах:

- 1) уровень знаний сотрудников, работающих в акционерных обществах, - это их интеллектуальная культура;
- 2) профессиональная культура - сумма профессиональных навыков и квалификаций или уровень размера капитала предприятия;
- 3) межличностные отношения и ценности в акционерных обществах, т.е. моральная и правовая культура предприятия;
- 4) корпоративные символы - это корпоративные символы с определенными зашифрованными значениями.

Рассматривая процедуру внедрения корпоративной культуры, важно обратить внимание на наличие трех основных аспектов в деятельности любых корпораций: производство, бизнес, социальные отношения. Производственная культура регулирует процесс производства товаров и услуг, деловая культура - процесс получения и распределения дохода от деятельности предприятия, а социальная культура регулирует процесс социального взаимодействия между всеми членами предприятия и его акционерами.

В то же время необходимо также учитывать социокультурные факторы внешней среды для деятельности акционерных обществ. Корпоративная культура проистекает из национальных культур головных компаний предприятий и может радикально отличаться друг от друга в зависимости от среды, в которой они работают. Любая корпоративная культура возникает на основе национальной культуры. Таким образом, современные акционерные общества отличаются не только своей специфической корпоративной культурой, но и общими национально-культурными особенностями. Согласно этой точке зрения, предпринимательское предприятие представляет собой социокультурную инфраструктуру - комплекс деловой культуры, производственной культуры и социальной культуры, а корпоративная культура воплощает в себе социокультурные аспекты акционерного общества (рис. 1).

Сегодня в большинстве акционерных компаний не готовы повышать корпоративную культуру, ориентированную на экономический рост. Приоритет отдается задаче создания надежной основы для качественной повседневной работы, усиления конкурентных преимуществ и обеспечения стабильного денежного потока. Задача изменения корпоративной культуры, обеспечения устойчивого роста, заключается в установлении и поддержании баланса между различными направлениями.

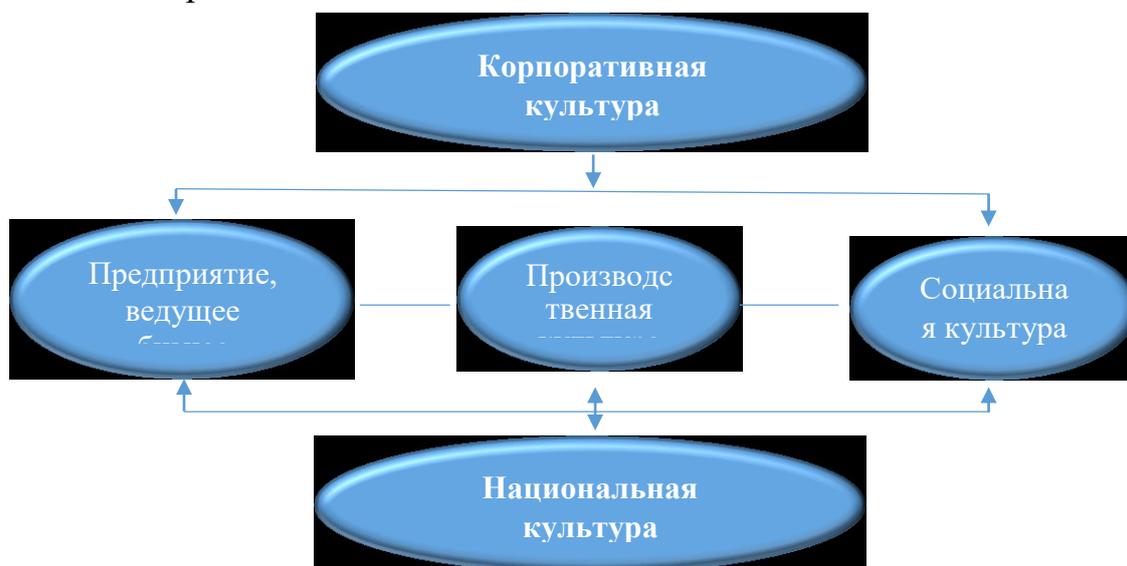


Рисунок-1. Типы корпоративной культуры в акционерных обществах ¹⁷

Сбалансированность означает готовность внедрять инновационные методы роста в рамках правильного процесса. Потребуется гибкий подход,

Авторская разработка.

особенно в таких вопросах, как направления бизнеса, объем инвестиций и распределение управленческих решений. Обычно рассматриваются направления бизнеса, связанные с акционерными обществами, и определяются их текущие направления на сегодняшний день, поскольку они планируют обеспечить развитие бизнеса в краткосрочной перспективе, а основная часть доходов или денежных потоков обеспечивает правильное распределение ресурсов для формирования, а затем и роста. Это, в свою очередь, укрепляет позиции предприятия в текущих сферах деятельности. Это позволит вам найти еще один новый способ расширить ассортимент выпускаемой продукции, защитить бизнес от конкурентов. Поскольку направления деятельности акционерных обществ требуют много времени и ресурсов, основной задачей Акционерного общества будет формирование новых источников получения прибыли. В некоторых случаях слияния и поглощения, осуществляемые в акционерных обществах, будут направлены на консолидацию и диверсификацию бизнеса. Благодаря этому они предпринимают решительные шаги, чтобы занять более высокие позиции на основных рынках, а приобретение предприятий в соответствующих областях или консолидация прямых предприятий происходит в наиболее перспективных областях, и после того, как они растут, возможности для получения новых источников дохода появляются также на близлежащих зарубежных рынках.

Акционеры акционерных обществ, с точки зрения корпоративной культуры, решают, что их вклад в защиту бизнеса заключается в максимизации их богатства и стоимости предприятия. Соответственно, законной целью любого бизнеса является получение дохода для его акционеров. Таким образом, главной целью управления и применения корпоративной культуры является максимизация ценности, создаваемой внедрением и развитием корпоративной культуры. Почему сильная и эффективная корпоративная культура важна для акционеров и владельцев акционерных компаний? Причина в том, что сегодня бизнес-среда меняется очень быстро, даже рядовым исполнителям приходится постоянно принимать решения, поэтому им желательно быть в курсе работы, проводимой на постоянном предприятии, чтобы они могли ознакомиться с ситуацией, принимать решения и донести их до исполнителей. Корпоративные планы, процессы и требования быстро меняются. По этой причине единственной строгой и неизменной опорой принятия решений на всех уровнях управления в акционерных обществах является именно корпоративная культура, то есть это система широко распространенных и стабильных ценностей и целей, принципов и правил поведения. Мы можем видеть это на картинке.



Рисунок-2. Формирование корпоративной культуры в акционерных обществах¹⁸

Наличие сильной и стабильной, но гибкой корпоративной культуры, которая вписывается в быстро меняющуюся среду, считается одним из важнейших факторов будущего успеха ее бизнеса. Поэтому формирование и укрепление корпоративной культуры должно стать неотъемлемой частью стратегического и оперативного управления акционерными обществами и постоянно находиться в поле зрения топ-менеджеров предприятия. Для того чтобы принимать эффективные управленческие решения в области корпоративной культуры, руководство любых акционерных обществ должно правильно использовать рыночные принципы. Принципы формирования корпоративной культуры включают в себя:

- 1) корпоративная ответственность;
- 2) корпоративная дисциплина;
- 3) единица действия;
- 4) преимущество корпоративных интересов над личными;
- 5) справедливое вознаграждение;
- 6) стабильность персонала;
- 7) ориентация на клиента;
- 8) точность;
- 9) удобство;
- 10) универсальность.

Содержание корпоративной культуры проявляется в ее следующих функциях:

- анализ конкурентов;
- формирование единой системы ценностей;

¹⁸ Авторская разработка.

- пусть каждый сотрудник развивает репутацию компании и культуру в действиях сотрудников акционерных обществ;

- утверждение программы антикризисного реагирования по связям с общественностью;

- повысить высокую эффективность работы сотрудников офиса;

- формирование лояльности сотрудников к Акционерному обществу;

- укрепление системы социального обеспечения на предприятии;

- внедрение профессиональных и моральных стандартов;

- определение системы отбора кадровых резервов компании;

- формирование, переподготовка и поддержка дополнительного профессионального образования руководящего состава Департамента образования;

- мотивация сотрудников;

- формирование системы внутренних коммуникаций на текущий момент.

Формирование корпоративной культуры в акционерных обществах проявляется в аспектах развития предприятия, которые будут зависеть от специфики сети, продуктового предложения, его характера, уровня инноваций и социальной и корпоративной ответственности предприятия, механизма мотивации.

Благодаря корпоративной культуре инвестиции в акционерные компании могут повысить привлекательность и улучшить этот процесс для внешних партнеров, повышая уровень внимания клиентов.

В заключение можно сделать следующие выводы. Культура корпоративной организации состоит из ее элементов, которые должны быть должным образом встроены друг в друга. Для каждой компании корпоративная культура должна представлять собой набор индивидуализированных элементов. Корпоративная культура оказывает огромное влияние на деятельность организации. Целенаправленное формирование корпоративной культуры может быть эффективным. Используйте человеческие ресурсы для реализации корпоративной культуры, организационных стратегий, повышения уровня управления организацией, усиления солидарности групп сотрудников, используемых в качестве стратегического стимула, который направляет сотрудников на достижение целей компании.

Не каждый элемент корпоративной культуры связан с другими, для каждой компании набор элементов корпоративной культуры должен быть индивидуальным. Формирование и развитие корпоративной культуры - необходимый процесс для всех организаций, которые ставят перед собой цели. В сегодняшних быстро меняющихся рыночных условиях участие акционеров и сотрудников акционерных обществ, действующих в нашей стране, позволило начать применять объединенную корпоративную культуру при реализации социально значимых проектов. Социальные сети запускают популяризацию лучшего бизнес-опыта, примеров корпоративной социальной ответственности, концепций корпоративной культуры, внедренных в различных зарубежных компаниях.

Список литературы

1. Н.И.Акрамова. Ўзбекистонда корпоратив бошқарув тизимини татбиқ этиш ва ривожлантириш. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий-электрон журнали. 3 /2022 may, iyun (№ 0005 9).
2. Н.И.Акрамова. Директорлар кенгаши фаолияти самарадорлигини оширишда аёлларнинг роли: халқаро тажриба ва замонавий тенденциялар. “Логистика ва иқтисодиёт” илмий-электрон журнали 4/2022 ISSN 2181-2128 . 8-15 b.
3. Н.И.Акрамова. Акциядорлик жамиятлари кузатув кенгаши фаолиятимда мустақил директорлар ролини ошириш масалалари. “Иқтисодиёт ва таълим” илмий-электрон журнали. 4/2022; 2022-08-31.
4. Н.И.Акрамова. Акциядорлик жамиятларида корпоратив маданиятнинг шаклланиш зарурлиги. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий-электрон журнали. 1 /2023 may, февраль (№ 1).
5. Н.И.Акрамова. Акциядорлик жамиятларида корпоратив маданиятни самарали бошқаришнинг мақсади, вазифалари ва тамойиллари. “Иқтисодиёт ва таълим” илмий-электрон журнали. 1/2023; 2023.
6. Спивак В.А. Корпоративная культура. - СПб.: Питер, 2001. - 345с.
7. Lustig Myron W., Koester Jolene. Intercultural competence: interpersonal communication across cultures. - 5thed. - New York: Pearson, 2006. - 27p.
8. Томилов В.В. Культура предпринимательства. СПб.: Изд-во «Питер», 2017.
9. Г.Л.Хает, О.Л.Еськов. Корпоративная культура: Учебное пособие/ Киев, 2003.
10. Шейн Э. Корпоративная культура и лидерство. – СПб: Питер, 2011.
11. Deal T. E. and Kennedy, A. A. (1982, 2000) Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life, Harmondsworth, Penguin Books, 1982; reissue Perseus Books;2000.
12. Смирнов Э. А. Основы теории организации М. : ЮНИТИ, 2008.

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНИНГ АКЦИЯДОРЛИК ЖАМИЯТЛАРИ ТЎҒРИСИДАГИ ҚОНУНЧИЛИКНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ АСОСИДА КОРПОРАТИВ БОШҚАРУВ ТИЗИМИНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

*Ашуров Зуфар Абдуллоевич
и.ф.ф.д. (PhD), к.и.х.*

*Хусусийлаштириш ва давлат активларини бошқариш
муаммоларини тадқиқ этиш маркази директори ўринбосари
E-mail: zufara@mail.ru*

Аннотация

Бугунги кунда ҳукумат қарорлари асосида Ўзбекистон Республикасининг акциядорлик жамиятлари тўғрисидаги қонунчиликни такомиллаштириш асосида акциядорлик жамиятларида корпоратив бошқарув тизимини инновацион ривожлантириш жараёнлари бошланган ва амалга оширилмоқда. Шу муносабат