UDK: 378.1 + 331.101.3.

OLIY TA’LIM MUASSASADA KORPORATIV MADANIYATNING AHAMIYATI

Valiyeva Feruza Abdihalimovna
«Tashkent International University of Education» xalqaro universiteti
Email: *s131@tieu.uz*
https://orcid.org/0009-0007-3891-8123

Annotatsiya: Maqolada ta’lim xizmatlari bozorida raqobatning kuchayishi sharoitida oliy ta’lim muassasalari uchun korporativ madaniyatning ahamiyati ko‘rib chiqilgan. Universitetlar raqobatbardoshligini oshirish, ta’lim jarayoni sifati, ilmiy faoliyat va moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarni yaxshilashga ko‘maklashuvchi asosiy omil sifatida korporativ madaniyatning roli ochib berilgan. Korporativ madaniyatning qulay muhitni shakllantirish, institutsional qadriyatlarni mustahkamlash va iqtidorli talaba va o‘qituvchilarni jalb qilishga ta’siriga alohida e’tibor qaratilmoqda. Shuningdek, korporativ madaniyatni shakllantirishning innovatsion usullari va ularning global muammolar kontekstida oliy ta’lim muassasalarining barqaror rivojlanishi uchun ahamiyati ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: oliy ta’lim muassasa, korporativ madaniyat, ta’lim menejmenti, personal.

Аннотация: В статье рассматривается важность корпоративной культуры для высших учебных заведений в условиях усиления конкуренции на рынке образовательных услуг. Раскрыта роль корпоративной культуры как основного фактора, способствующего повышению конкурентоспособности университетов, улучшению качества образовательного процесса, научной деятельности и финансово-экономических показателей. Особое внимание уделяется влиянию корпоративной культуры на формирование благоприятной среды, укрепление институциональных ценностей и привлечение талантливых студентов и преподавателей. Также рассматриваются инновационные методы формирования корпоративной культуры и их значение для устойчивого развития высших учебных заведений в контексте глобальных проблем.

Ключевые слова: высшее учебное заведение, корпоративная культура, менеджмент образования, персонал.

ISSN 3030-3907

Abstract: The article examines the importance of corporate culture for higher education institutions in the context of growing competition in the educational services market. The article reveals the role of corporate culture as a key factor contributing to increasing the competitiveness of universities, improving the quality of the educational process, scientific activity and financial and economic indicators. Special attention is paid to the influence of corporate culture on the formation of a favorable atmosphere, strengthening institutional values and attracting talented students and teachers. Innovative methods of corporate culture formation and their importance for the sustainable development of universities in the context of global challenges are also considered.

Key words: higher education institution, corporate culture, educational management, staff.

Kirish

Bugungi davrda ta’lim sohasini boshqarishda korporativ madaniyatni shakllantirish va rivojlantirish muhim jihat hisoblanadi, chunki bu samarali ta’lim muhitini ta’minlash omili va ta’limning strategik maqsadlariga erishish poydevori hisoblanadi. Korporativ madaniyat o‘quv jarayonini rivojlantirish va umuman tashkil etish maqsadida ta’lim muassasasining barcha xodimlarini birlashtirgan keng ko‘lamli qadriyatlar, me’yorlar va normalar, an’analar va standartlarni qamrab oladi. Tadqiqotchi A.Galaguzovning ta’kidlashicha, korporativlik fenomeni zamonamizning o‘ziga xos belgisi bo‘lib, unga jamiyat mavjudligi uchun zarur bo‘lgan moddiy, madaniy va ma’naviy boyliklarni ishlab chiqarish ko‘lami bilan shartlangan faoliyat funksiyalari bo‘yicha integratsiya xosdir [1, 62]. Shuning uchun, bizning fikrimizcha, barcha darajadagi ta’lim tashkilotlarida, ayniqsa, oliy ta’limda korporativ madaniyatni rivojlantirish muhimdir, chunki aynan shu soha har qanday mamlakatning butun iqtisodiyoti uchun kadrlar yaratadi. Bu esa, o‘z navbatida, Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasida belgilangan inson kapitalini rivojlantirish maqsadiga erishish uchun poydevor bo‘lib xizmat qiladi [2]. Shu nuqtayi nazardan, ham o‘quv-uslubiy, ham ilmiy-tadqiqot jarayonlarini o‘zida mujassamlashtirgan oliy ta’lim muassasasida korporativ madaniyatni rivojlantirishga e’tibor qaratish tobora dolzarb bo‘lib bormoqda.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya

Mazkur tadqiqot doirasida A.Galaguzov, A.Meshkov, O.Andomin, S.Kosinova, K.Saidova kabi mualliflarning ishlari ko‘rib chiqilgan. Ushbu mualliflar aynan korporativ madaniyatning ta’lim sifati, xodimlarni boshqarish, universitetning inson kapitalini rivojlantirish bilan bog‘liqligiga e’tibor qaratadilar.

ISSN 3030-3907

Shu bilan birga, ushbu mualliflar OTM korporativ madaniyatini pedagogik muammo sifatida ko‘rib chiqadilar, bu esa ushbu maqolada qo‘yilgan mavzu doirasida dolzarbdir.

Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi, shuningdek, analiz va sintez, ekstrapolyatsiya, deduksiya va fanlararo yondashuv kabi usullar mazkur ishning metodologik asosini tashkil etdi.

Tahlil va natijalar

Agar Kembrij lug‘atiga murojaat qilsak, unda korporativ madaniyat kompaniyaga tegishli bo‘lgan e’tiqodlar va g‘oyalar hamda ular biznesni qanday olib borishiga va uning xodimlari o‘zini qanday tutishiga qanday ta’sir qilishi sifatida ta’riflanadi [3]. Ta’lim menejmenti kontekstida korporativ madaniyat – bu ta’lim muassasasining ichki muhitini belgilaydigan va uning samaradorligiga ta’sir ko‘rsatadigan qadriyatlar, me’yorlar, an’analar, boshqaruv uslublari va kommunikatsiyalarning majmui. Shuningdek, shuni ta’kidlash joizki, korporativ madaniyat strategik boshqaruv vositasidir, u xodimlar, talabalar va rahbarlar o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir asoslarini shakllantiradi, tashkilot maqsadlariga erishish yo‘lini belgilaydi. Tadqiqotchi A.Meshkov ta’kidlaganidek, oliy ta’lim doirasida korporativ madaniyat sohiblari OTM talabalari, professor-o‘qituvchilari, ma’muriy va boshqa xodimlar hisoblanadi [4, 27]. Shu bilan birga, oliy ta’lim boshqaruv organlari xodimlari va oliy ta’lim muassasalari ta’sischilari ham korporativ madaniyat sohiblari ekanligi qiziqarlidir, zero ular bevosita OTMning strategik siyosati va uning amalga oshirilishiga katta ta’sir o’tkazishadi. Shunday qilib, OTMlarda korporativ madaniyat ta’lim, shaxsni rivojlantirish, ilmiy tadqiqotlar va ijtimoiy xizmatga yo‘naltirilgan missiya va qadriyatlar atrofida shakllanadi. U ustuvor yo‘nalishlarni belgilaydi va ta’lim jarayonining barcha ishtirokchilari manfaatlari bilan uyg‘unlashgan uzoq muddatli qarashni shakllantiradi. Ammo shu bilan birga korporativ madaniyat boshqaruv uslubiga ta’sir qilib, hamkorlik, hurmat va o‘zaro qo‘llab-quvvatlash muhitini shakllantiradi, chunki jamoaning uyg‘un ishlashini ta’minlaydigan xulq-atvor va o‘zaro ta’sir me’yorlari o‘rnatiladi. Ta’kidlash joizki, ta’lim muassasalarida aloqa tizimi korporativ madaniyatning muhim qismi bo‘lib, ma’muriyat, o‘qituvchilar, talabalar va tashqi hamkorlar o‘rtasidagi aniq va samarali aloqalar tashkilot maqsadlariga erishishga yordam beradi. Bu, ayniqsa, tadqiqotchilar O.Andomin va S.Kosinova ta’kidlagan sharoitlar tufayli dolzarbdir, xususan [5, 201]:

- professor-o‘qituvchilar tarkibining qarishi;
- kadrlar qo‘nimsizligi;

ISSN 3030-3907

- jamoaning xohish-istaklari va intilishlarini hisobga oladigan aniq qadriyatlarning yo‘qligi.

O‘zbekiston Respublikasida so‘nggi yillarda ta’lim xizmatlari bozorida oliy ta’lim muassasalari o‘rtasida raqobat kuchayib borayotganligini inobatga olib, korporativ madaniyatni shakllantirish va rivojlantirish universitet raqobatbardoshligining ta’sirchan omili hisoblanadi. OTMning inson resurslarini boshqarish nuqtayi nazaridan esa, bu quyidagilarda namoyon bo‘ladi:

1. Qulay ish muhitini shakllantirish, martaba o‘sishi uchun imkoniyatlar, shuningdek, yutuqlarni tan olish orqali xodimlarni rag‘batlantirish va ushlab turish.

2. Tez o‘zgaruvchan bozor talablari va kasbiy mehnatni baholash usullarini o‘zgartirishga imkon beradigan yangi texnologiyalarning rivojlanishi tufayli innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlash va o‘zgarishlarga moslashish.

3. Ijtimoiy mas’uliyatni rivojlantirish, iqtisodiyotning barcha sohalari uchun kadrlar tayyorlash orqali jamiyat rivojiga hissa qo‘shish.

Yuqoridagilar bilan bir qatorda OTMda yaxlit korporativ madaniyatni shakllantirish va rivojlantirish zarurligining quyidagi sabablari mavjud bo‘lib, ular quyidagilardan iborat:

- yagona o‘ziga xoslikni yaratish va OTMning jozibador ish beruvchi sifatidagi obro‘sini mustahkamlash;

- o‘qitishning yuqori standartlariga yo‘naltirilgan muhitni yaratish orqali ta’lim sifatini oshirish;

- o‘qituvchilar va xodimlarning yutuqlarini qo‘llab-quvvatlash va e’tirof etish tizimini shakllantirish, shu orqali ularning universitetga daxldorlik tuyg‘usini mustahkamlash va motivatsiyasini oshirish;

- xodimlarning tashabbuskorligi va kreativligini qo‘llab-quvvatlash, shaxsiy o‘sishni rag‘batlantirish;

- ta’lim xizmatlari milliy va xalqaro bozorlarida universitetning mavqeini mustahkamlash;

- ichki kommunikatsiyani rivojlantirish, boshqaruvning barcha darajalari va xodimlar o‘rtasidagi o‘zaro hamkorlikni yaxshilash, nizolarning oldini olish, jamoaviy ish samaradorligini oshirish;

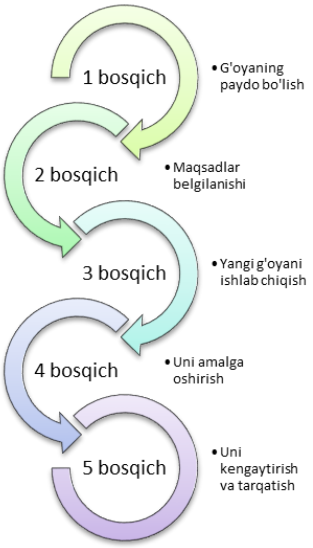
- nafaqat moddiy, balki nomoddiy tusdagi tashqi investitsiyalarni jalb qilish;

- o‘zgaruvchan ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlar sharoitida uzoq muddatli o‘sish va muvaffaqiyat uchun universitetni barqaror va istiqbolli rivojlantirish.

Universitetda korporativ madaniyatni rivojlantirish kuchli, raqobatbardosh va barqaror ta’lim muassasasini yaratish uchun zarur. Bu nafaqat uning ta’lim

ISSN 3030-3907

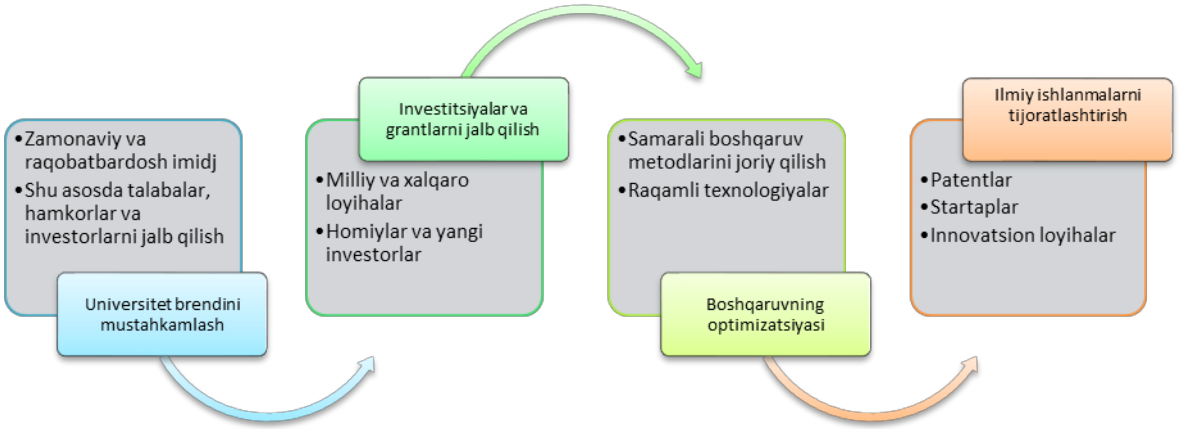
sohasidagi mavqeini mustahkamlaydi, balki jamiyat farovonligiga hissa qo‘shadigan yutuqlar, innovatsiyalar va qadriyatlarga yo‘naltirilgan hamjamiyatni shakllantiradi. Biroq, bugungi globallashuv sharoitida dunyo bir joyda turmaydi va hamma narsa, jumladan, oliy ta’lim ham rivojlanmoqda, shuning uchun yetakchi o‘rinlarda bo‘lish uchun korporativ madaniyatni rivojlantirishga innovatsion yondashuvlar zarur. K.Saidovaning ta’kidlashicha, innovatsion jarayon alohida yangiliklarning yig‘indisi bo‘lib, ularning har biri alohida, o‘ziga xos novatorlik jarayoni bo‘lib, innovatsiyalarning o‘zi rivojlanishning bir necha bosqichlaridan o‘tadi [6, 159]:



1-rasm. Innovatsiyaning rivojlanish bosqichlari

Universitetning korporativ madaniyatini shakllantirish va rivojlantirishning innovatsion usullari uning ilmiy-akademik va moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlariga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Bu quyidagicha namoyon bo‘ladi:

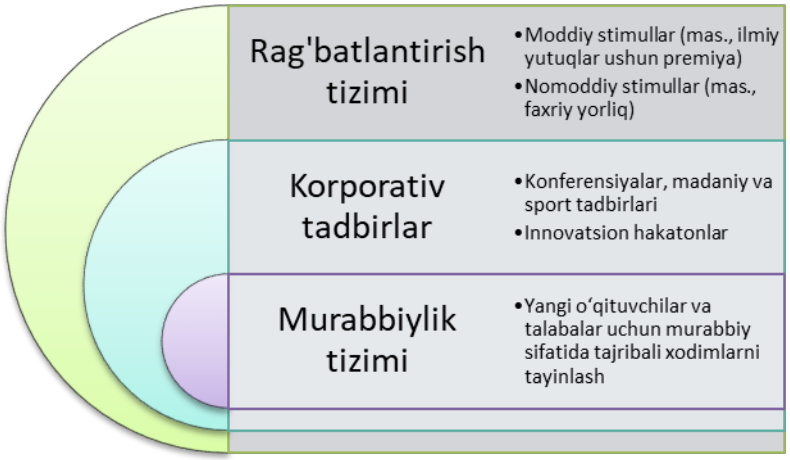
ISSN 3030-3907



2-rasm. Korporativ madaniyatini shakllantirish va rivojlantirishnni innovatsion usullarining OTM ilmiy-akademik va moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlariga ta’siri

Ta’lim menejmenti nuqtayi nazaridan yangi boshqaruv mexanizmlarini taklif qilish mumkin. Misol uchun, innovatsiyalar, ochiqlik va akademik erkinlik qadriyatlariga urg‘u bergan holda qisqa, o‘rta va uzoq muddatli strategiyani ishlab chiqish, barcha xodimlar va talabalarni jalb qilishni oshirish uchun universitetning qarashlarini shakllantirish jarayoniga jalb qilish. Bunday strategiyaga akademik o‘sish, ilmiy-tadqiqot faoliyati, zamonaviy texnologiyalar va boshqalar kabi ustuvor yo‘nalishlar integratsiya qilinishi kerak. Shuningdek, boshqaruv, tadqiqot va ta’lim jarayonida innovatsion yondashuvlarni amalga oshirish uchun universitet bo‘linmalarining avtonomiyasini rivojlantirishni taklif qilish mumkin. Biroq, ushbu jarayonni monitoring qilish uchun jalb etilganlik darajasi, akademik va tadqiqotchilik faolligi, jarayon ishtirokchilarining qoniqishi kabi aniq ko‘rsatkichlardan foydalangan holda xodimlar, talabalar va tashqi hamkorlar o‘rtasida so‘rovlar shaklida muntazam monitoring qilish vositalari zarur. Shuningdek, quyidagi ijtimoiy-motivatsion mexanizmlarga e’tibor qaratish mumkin:

ISSN 3030-3907



3-rasm. Korporativ madaniyatini shakllantirish va rivojlantirishnning ijtimoiy-motivatsion mexanizmlari

Innovatsion mexanizmlar universitetning ta'lim bozorida raqobatbardoshligini oshirish, sifatli ta'lim va tadqiqotlar uchun shart-sharoitlar yaratish, shuningdek, ijtimoiy-iqtisodiy barqarorligini mustahkamlash imkonini beradi. Innovatsiyalarga e'tibor qaratgan holda korporativ madaniyatni shakllantirish ta'lim jarayonining barcha ishtirokchilarini jalb qilishga yordam beradi va universitetning nufuzini oshiradi.

Xulosa

Korporativ madaniyat nafaqat jamoaning ichki birligini mustahkamlash vositasi, balki ta'lim bozorida ularning raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili sifatida oliy ta'lim muassasalarining rivojlanishida asosiy rol o'ynaydi. U xodimlar, o'qituvchilar va talabalar shaxsiy va kasbiy maqsadlarni amalga oshirish orqali o'z salohiyatini namoyon eta oladigan qulay muhitni shakllantirishga zamin yaratadi. Korporativ madaniyat institutsional qadriyatlarni mustahkamlashga, motivatsiya va jalb etilganlik darajasini oshirishga yordam beradi, bu esa o'z navbatida ta'lim jarayoni va ilmiy faoliyat sifatiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Oliy ta'lim muassasalari o'rtasida raqobat kuchayib borayotgan hozirgi sharoitda korporativ madaniyat universitetning turli bo'linmalari o'rtasida samarali hamkorlikni, ta'lim va tadqiqotlarga innovatsion yondashuvlarni joriy etishni, shuningdek, tashqi manfaatdor tomonlar bilan hamkorlik aloqalarini rivojlantirishni ta'minlaydigan muhim boshqaruv vositasiga aylanib bormoqda. Bundan tashqari, u iqtidorli talabalar va o'qituvchilarni, shuningdek, investorlar va ish beruvchilarni jalb qiladigan universitetning kuchli brendini yaratishga yordam beradi.

ISSN 3030-3907

Shunday qilib, korporativ madaniyat nafaqat OTMda ichki boshqaruv va o‘zaro ta’sir jarayonlarini mustahkamlaydi, balki uning xalqaro ta’lim muhitidagi mavqeiga ta’sir qiladi, barqaror rivojlanish va globallashuv tahdidlariga moslashishni ta’minlaydi.

Adabiyotlar

1. Галагузов А.Н. Корпоративная культура и корпоративное образование // *Вестник ЮУрГГПУ*. – 2010. – №7. – С.62-68.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi 28.01.2022 yildagi PF-60-son farmoni. Online-havola: https://lex.uz/ru/docs/-5841063.

3. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/corporate-culture.

4. Мешков А.Ю. Качество образования и корпоративная культура университета // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки*. – 2013. – №2. – С.27-30.

5. Андомин О.В., Косинова С.Н. Корпоративная культура ВУЗа как педагогическая проблема // *Вестник Самарского государственного университета*. – 2008. – №64.2 – С.201-209.

6. Саидова К. Педагогический менеджмент в школе: Учебник. – Ташкент: TIUE, 2024.

ISSN 3030-3907