

OLIJ TA'LIM MUASSASALARIDA KORPORATIV MADANIYATNI SHAKLLANTIRISHDA TAHLIL VA TAYYORGARLIK BOSQICHLARI

Nishonov Xayrulla Xolmirzaevich

I.Ibrat nomidagi Namangan davlat chet tillar institutining
birinchi prorektori

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14672151>

Annotatsiya. Oliy ta'lim muassasalarida korporativ madaniyatni shakllantirish ko'p qirrali jarayon bo'lib, muassasa faoliyati samaradorligi, o'quv yutuqlari va ijtimoiy hamjihatligiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ushbu maqola ushbu muassasalarda mustahkam korporativ madaniyatni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan tahlil va tayyorgarlikning muhim bosqichlarini o'rganadi. Ushbu bosqichlar mavjud madaniy muhitni diagnostika qilish, strategik maqsadlarni aniqlash, asosiy manfaatdor tomonlarni jalb qilish va tuzilgan amalga oshirish rejasini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. Oliy ta'limdagi o'ziga xos muammolar va imkoniyatlarni ko'rib chiqish orqali ushbu asos institutsional qadriyatlarga mos keladigan va umumiy tashkiliy samaradorlikni oshiradigan korporativ madaniyatni rivojlantirish bo'yicha yo'l xaritasini taqdim etadi.

Kalit so'zlar: Korporativ madaniyat, oliy ta'lim muassasalari, madaniy tahlil, strategik rejalashtirish, manfaatdor tomonlarning ishtiroki, tashkiliy rivojlanish.

Kirish. Oliy ta'limning dinamik manzarasida korporativ madaniyat institutsional muvaffaqiyat uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Tashkilotning xatti-harakatlarini shakllantiradigan umumiy qadriyatlar, me'yorlar va amaliyotlar sifatida belgilangan korporativ madaniyat manfaatdor tomonlar o'rtasida hamkorlik, innovatsiya va tegishlilik tuyg'usini rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Korporativ madaniyatni qasddan shakllantirish tizimli tahlil va tayyorgarlikni, muassasaning missiyasi va strategik maqsadlariga muvofiqligini ta'minlashni talab qiladi. Oliy ta'lim muassasalarida korporativ madaniyatning o'rni va ahamiyati tobora ortib bormoqda.¹ Bu nafaqat talabalar ta'limi, balki professor-o'qituvchilar va ma'muriy xodimlarning samarali ishlashi, muassasani rivojlanishi va umumiy obro'sining shakllanishiga ham ta'sir ko'rsatadi. Kuchli va ijobiy korporativ madaniyat oliy ta'lim muassasasi uchun muvaffaqiyat kaliti hisoblanadi. U talabalar ta'limi sifatini oshirishga, professor-o'qituvchilarning samaradorligini yaxshilashga, muassasaning obro'sini mustahkamlashga va umuman uning rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.² Samarali muloqot va aloqa korporativ madaniyatning muhim tarkibiy qismidir. Bu professor-o'qituvchilar, talabalar va ma'muriy xodimlar o'rtasida ochiq va samarali muloqotni o'rnatishni nazarda tutadi. Qulay va samarali ish muhiti ham korporativ madaniyatning muhim jihati hisoblanadi. Bu professor-o'qituvchilar va ma'muriy xodimlar uchun qulay sharoitlarni yaratish, ularning kasbiy rivojlanishiga investitsiya qilishni anglatadi.

1-bosqich: Hozirgi madaniy muhitni diagnostika qilish. Dastlabki bosqich muassasa ichidagi mavjud madaniy bazani har tomonlama baholashni o'z ichiga oladi. Bunga quyidagilar kiradi:

¹ Zarnigor, Xoliqova, and Yaxshiboyeva Karima. "KORPORATIV MADANIYAT VA UNING AHAMIYATI." *TADQIQOTLAR. UZ* 34.2 (2024): 119-122.

² Abdumalikovna Y. D. MADANIYAT BOSHQARUVIDA KORPORATIV MADANIYATNING RIVOJLANTIRISH ASOSLARI //International journal of scientific researchers (IJSR) INDEXING. – 2024. – T. 5. – №. 2. – C. 1114-1118.

Manfaatdor tomonlarning so'rovlarini va fikr-mulohazalari: O'qituvchilar, ma'muriy xodimlar, talabalar va boshqa manfaatdor tomonlardan tushunchalar va taxminlarni tushunish uchun to'olash.

Hujjatlarni ko'rib chiqish va xulq-atvorni kuzatish: Madaniy asoslarni aniqlash uchun institutsional siyosatlar, qarashlar bayonotlari va tarixiy amaliyotlarni tahlil qilish. O'zaro ta'sirlarni, qaror qabul qilish jarayonlarini va norasmiy me'yorlarni yashirin madaniy elementlarni aniqlash uchun kuzatish.

Ushbu diagnostika tadbirlari ma'lumotli qarorlar qabul qilish uchun asos bo'lib, madaniy kuchli tomonlar va takomillashtirish sohalarini ta'kidlaydi.³

2-bosqich: Strategik maqsadlarni aniqlash. Mavjud madaniyat tushunilgandan so'ng, keyingi qadam madaniy o'zgarishlarning strategik maqsadlarini aniqlashdir. Ushbu bosqich quyidagilarni o'z ichiga oladi:

Institutsional qadriyatlarni aniqlashtirish: Belgilangan qadriyatlar va o'qituvchilarning amaliyotlar o'rtasidagi muvofiqlikni ta'minlash. Oliy ta'lim muassasalarida o'ziga xos an'analar va marosimlar mavjud bo'lishi mumkin. Bu an'analar jamoaviy birlikni mustahkamlash, muassasaning tarixini va madaniyatini saqlashga xizmat qiladi.

Maqsadlarni belgilash va Benchmarking⁴: Madaniy o'zgarishlar uchun aniq, o'lchanadigan natijalarni aniqlash, masalan, yaxshilangan jamoaviy ish, innovatsiyalarni oshirish yoki talabalarning faolligini oshirish. Intilish maqsadlarini aniqlash uchun institutning madaniy atributlarini oliy ta'limdagi ilg'or tajribalar bilan solishtirish.

3-bosqich: Asosiy manfaatdor tomonlarni jalb qilish. Manfaatdor tomonlarning ishtiroki korporativ madaniyatning muvaffaqiyatli shakllanishi uchun juda muhimdir. Ushbu bosqich quyidagilarni o'z ichiga oladi:

Yetakchilik majburiyatlari, birgalikda rejalashtirish va muloqot strategiyalari: To'liq menejmentdan madaniy tashabbuslarni chiqarish uchun sotib olishni ta'minlash. Turli xil istiqbollarni birlashtirishni ta'minlash, birgalikda strategiyalarni yaratish uchun o'zaro faoliyat guruhlarini jalb qilish. Madaniy qarashlar atrofida ishonch va ravshanlikni mustahkamlash uchun shaffof va izchil xabar almashishni ishlab chiqish.

4-bosqich: Strukturaviy amalga oshirish rejasini ishlab chiqish. Yakuniy tayyorgarlik bosqichi strategik maqsadlarni amaldagi rejalarga aylantirishga qaratilgan. Asosiy elementlarga quyidagilar kiradi:

Ta'lim va rivojlanish dasturlari: manfaatdor tomonlarni kerakli madaniyatni o'zida mujassam etish uchun zarur bo'lgan ko'nikma va bilimlar bilan jihozlash.

Resurslarni taqsimlash: madaniy tashabbuslarni qo'llab-quvvatlash uchun yetarli moliyaviy, insoniy va texnologik resurslarni ta'minlash.

Monitoring va baholash mexanizmlari: taraqqiyotni kuzatish va takroriy yaxshilanishlarni amalga oshirish uchun ko'rsatkichlar va fikr-mulohazalarni o'rnatish.

Qiyinchiliklar va yechimlar. Oliy ta'limda korporativ madaniyatni shakllantirish jarayoni qiyinchiliklardan holi emas. O'zgarishlarga qarshilik, turli manfaatdor tomonlarning manfaatlari va resurslarni cheklash umumiy to'siqlardir. Ushbu muammolarni hal qilish

³ Omanova N. KORXONA VA TASHKILOTLARDA PERSONAL BOSHQARUV TIZIM DOIRASIDA KORPORATIV MADANIYAT SAMARADORLIGINI BAHOLASH //Engineering problems and innovations. – 2023.

⁴ Dattakumar R., Jagadeesh R. A review of literature on benchmarking //Benchmarking: An International Journal. – 2003. – T. 10. – №. 3. – C. 176-209.

moslashuvchan yetakchilik, doimiy muloqot va madaniy tashabbuslarni asosiy institutsional jarayonlarga integratsiyalashuvini talab qiladi.

Xulosa. Oliy ta'lim muassasalarida korporativ madaniyatni shakllantirishga tizimli tahlil va tayyorgarlik ko'rish barqaror tashkiliy rivojlanishga erishish uchun muhim ahamiyatga ega. Belgilangan bosqichlarga rioya qilish - joriy muhitni tashxislash, strategik maqsadlarni aniqlash, manfaatdor tomonlarni jalb qilish va tuzilgan rejalarni ishlab chiqish - institutlar o'z missiyasini qo'llab-quvvatlaydigan va umumiy samaradorlikni oshiradigan madaniyatni rivojlantirishi mumkin. Ushbu amaliyotlarni qabul qilish zamonaviy oliy ta'limning murakkabliklarini yo'lga qo'yishda qadriyatlarga asoslangan yaxlit yondashuvni ta'minlaydi.

References:

1. Zarnigor, Xoliqova, and Yaxshiboyeva Karima. "KORPOROTIV MADANIYAT VA UNING AHAMIYATI." TADQIQOTLAR. UZ 34.2 (2024): 119-122.
2. Abdumalikovna Y. D. MADANIYAT BOSHQARUVIDA KORPOROTIV MADANIYATNING RIVOJLANTIRISH ASOSLARI //International journal of scientific researchers (IJSR) INDEXING. – 2024. – T. 5. – №. 2. – C. 1114-1118.
3. Omanova N. KORXONA VA TASHKILOTLARDA OERSONAL BOSHQARUV TIZIM DOIRASIDA KORPOROTIV MADANIYAT SAMARADORLIGINI BAHOLASH //Engineering problems and innovations. – 2023.
4. Dattakumar R., Jagadeesh R. A review of literature on benchmarking //Benchmarking: An International Journal. – 2003. – T. 10. – №. 3. – C. 176-209.