



UDK:378.014.3

Feruza VALIYEVA,

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi

Oliy ta'limni rivojlantirish tadqiqotlari markazi mustaqil izlanuvchisi

E-mail: s131@tiue.uz

TIUE professori, DSc K.Saidova taqrizi asosida

INNOVATIVE CORPORATE CULTURE AS A RESOURCE FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Annotation

The article analyzes the role of corporate culture in higher education institutions in modern conditions. Special attention is paid to how innovative corporate culture influences the competitiveness of an educational institution. The main components of this culture, its relationship with international rankings of higher educational institutions, and practical recommendations for higher educational institutions of Uzbekistan are considered.

Key words: Innovative corporate culture, university competitiveness, higher education, organizational values, strategic development.

INNOVATION KORPORATIV MADANIYAT – OLIY TA'LIM MUASSASASI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH RESURSI SIFATIDA

Annotatsiya

Maqolada oliy ta'lim muassasasi korporativ madaniyatining o'rni zamonaviy sharoitda tahlil qilingan. Innovatsion korporativ madaniyat ta'lim muassasasining raqobatbardoshligiga qanday ta'sir ko'rsatishiga alohida e'tibor qaratilgan. Ushbu madaniyatning asosiy tarkibiy qismlari, uning xalqaro oliy ta'lim muassasalari reytinglari bilan aloqasi va O'zbekiston oliy ta'lim muassasalari uchun amaliy tavsiyalar ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: Innovatsion korporativ madaniyat, OTMning raqobatbardoshligi, oliy ta'lim, tashkiliy qadriyatlar, strategik rivojlanish.

ИННОВАЦИОННАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК РЕСУРС ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Аннотация

В статье анализируется роль корпоративной культуры высшего учебного заведения в современных условиях. Особое внимание уделяется тому, как инновационная корпоративная культура влияет на конкурентоспособность образовательного учреждения. Рассматриваются основные составляющие этой культуры, ее связь с международными рейтингами высших учебных заведений и практические рекомендации для высших учебных заведений Узбекистана.

Ключевые слова: Инновационная корпоративная культура, конкурентоспособность вуза, высшее образование, организационные ценности, стратегическое развитие.

Kirish. Hozirgi sharoitda oliy o'quv yurtlari shunchaki o'qituvchidan talabaga bilim beradigan joy bo'lmay qoldi. Bugungi kunda universitetlar talabalar, professor-o'qituvchilar, ilmiy loyihalar va xalqaro grantlar uchun o'zaro raqobatlashmoqda. Bunda nafaqat o'quv rejasi yoki jihozlarning mavjudligi, balki oliy ta'lim muassasasi ichida qanday muhit hukm surayotgani, jamoa ishi qanday tashkil etilgani, yangi g'oya va tashabbuslar qanday rag'batlantirilayotgani ham ushbu raqobatning muhim omiliga aylanadi. Xorijiy adabiyotlarda ta'lim muassasasining korporativ madaniyati uning muvaffaqiyatiga dasturlar sifati yoki tadqiqot bazasi kabi ta'sir ko'rsatishi allaqachon ta'kidlangan [1]. So'nggi yillarda bu masala O'zbekiston uchun ham dolzarb bo'lib qoldi: bir tomondan, mamlakat dunyoga ochilmoqda, xorijiy universitetlar bilan shartnomalar imzolamoqda, yangi ta'lim standartlari joriy etilmoqda. Boshqa tomondan, mamlakat ichidagi oliy o'quv yurtlarining o'zlar nafaqat boshqalarning tajribasini o'zlashtirishlari, balki o'zlarining tashkiliy xulq-atvor modellarini ishlab chiqishlari ham muhimdir.

Bu borada innovatsion korporativ madaniyat alohida e'tiborni tortadi. Bu ta'lim muassasasi ichidagi shunday muhitki, unda xodimlar va talabalar o'zgarishlar jarayonida

faol ishtirok etadilar, yangi g'oyalarni taklif qiladilar, zamonaviy ta'lim texnologiyalarini joriy etadilar va jamoaviy o'zaro yordam muhitida ishlaydilar. Ushbu maqolada innovatsion korporativ madaniyat qanday qilib oliy o'quv yurtlari uchun raqobatbardoshlikni oshirishning haqiqiy manbaiga aylanishi va uni shakllantirishning qanday mexanizmlari O'zbekiston oliy ta'lim tizimi uchun ayniqsa dolzarb ekanligi ko'rib chiqiladi.

Adabiyotlar sharhi. Oliy ta'limda korporativ madaniyat masalalari jahon ilmiy adabiyotlarida XX asrning oxiridan boshlab faol o'rganila boshlandi, bu paytda OTMlar nafaqat ta'lim muassasalari, balki global ta'lim bozorining ishtirokchilari sifatida ham ko'rila boshlandi. Korporativ madaniyatni tahlil qilishning birinchi tizimli yondashuvlaridan biri E.SHeyn tomonidan taklif qilingan bo'lib, u tashkilot madaniyatining artefaktlar, e'lon qilingan qadriyatlar va chuqur ko'rsatmalarni o'z ichiga olgan tuzilishini ajratib ko'rsatgan [1]. Uning ishi madaniyat va tashkilotlarning, shu jumladan ta'lim muassasalarining samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rib chiqadigan keyingi tadqiqotlar uchun asos yaratdi. P.G.Altbach va J.Knight tadqiqotlarida ta'kidlanishicha, oliy o'quv yurtlarining xalqaro raqobatbardoshligi ko'p jihatdan ularning innovatsiyalarni

birlashtirish va xalqaro aloqalarni qo'llab-quvvatlash qobiliyatiga bog'liq bo'lib, bu o'zgarishlarga ochiq bo'lgan korporativ madaniyatsiz mumkin emas [2]. Ushbu g'oyalar E. Hazelkorn tomonidan rivojlantirilgan bo'lib, u korporativ madaniyat universitetlarning global reytinglardagi o'rniqa qanday ta'sir qilishini batafsil tahlil qilib, sifatni boshqarish, tadqiqot faoliyatini qo'llab-quvvatlash va yangi texnologiyalarni joriy etish kabi jihatlariga e'tibor qaratgan [3]. J.Bryson va B.George o'zining notijorat tashkilotlarida strategik rejalashtirish bo'yicha ishida aniq tuzilgan korporativ madaniyatning mavjudligi innovatsiyalarni joriy etish jarayonini osonlashtirishini va xodimlarning tashkilot maqsadlariga erishishdagi ishtirokini oshirishini ta'kidlaydi [4]. Uning xulosalari, ayniqsa, ta'lim va ilmiy faoliyatni boshqaruv vazifalari bilan uyg'unlashtirgan oliy o'quv yurtlari uchun dolzarbdir. K.H.Mok Sharqiy Osiyodagi oliy ta'lim tizimini o'rganish bo'yicha tadqiqotlarida ta'limning ommaviylashuvi va talabalar sonining ko'payishi universitetlardan nafaqat tashkiliy o'zgarishlarni, balki moslashuvchanlik va barqarorlikka yo'naltirilgan korporativ madaniyatni rivojlantirishni ham talab qilishiga e'tibor qaratadi [5]. Bu, ayniqsa, so'nggi yillarda talabalar soni ko'payib, yangi oliy o'quv yurtlari, jumladan, xususiy oliy o'quv yurtlari ochilayotgan O'zbekiston uchun dolzarbdir. Bundan tashqari, adabiyotlarda zamonaviy korporativ madaniyatning elementi sifatida raqamlashtirishning ahamiyati ta'kidlanadi. N.Selwyn ta'lim muassasalarining madaniyatida tegishli o'zgarishlarsiz: o'qishga tayyorlik, yangi usullarga ochiqlik, odatiy amaliyotlarni o'zgartirishsiz ta'lim jarayoniga texnologiyalarni muvaffaqiyatli joriy etish mumkin emasligiga e'tibor qaratadi [6].

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot metodologiyasi oliy ta'lim muassasalari raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omili sifatida innovatsion korporativ madaniyatning rolini nazariy jihatdan asoslash imkonini beruvchi qiyosiy, tizimli-tuzilmaviy va aksiologik yondashuvlarga tayanadi. Tadqiqot oliy ta'lim kontekstida «korporativ madaniyat», «innovatsionlik» va «raqobatbardoshlik» falsafiy tahlili, xorijiy va mahalliy mualliflarning ishlariga tayangan holda amalga oshirilgan. Xalqaro va o'zbek ta'lim amaliyotida korporativ madaniyatni shakllantirishning universal va o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash uchun qiyosiy-tarixiy tahlil usuli qo'llanildi, shuningdek, oliy ta'lim muassasalarining strategik hujjatlari va O'zbekiston ta'lim sohasidagi meyoriy-huquqiy hujjatlar mazmunining mantiqiy-mazmuniy tahlilidan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. OTMning korporativ madaniyati haqida gap ketganda, ko'pincha jamoadagi muhit, o'qituvchilar, xodimlar va talabalarni birlashtiradigan umumiy qoidalar, qadriyatlar va yondashuvlar nazarda tutiladi. Ammo aynan innovatsion korporativ madaniyat haqida gapiradigan bo'lsak, bu endi shunchaki belgilangan meyorlarga rasmiy rioya qilishni emas, balki yangi g'oyalarni faol qo'llab-quvvatlash, o'zgarish va zamonaviy yechimlarni joriy etishga tayyorlikni o'z ichiga oladi.

Edgar Sheynning fikriga ko'ra, korporativ madaniyat tuzilmasi uchta qatlamdan iborat: ko'rinadigan elementlar (rasmiylashtirish, an'analar, ramzlar), e'lon qilingan qadriyatlar va tashkilot a'zolarining xatti-harakatlarini aniq belgilaydigan chuqur munosabatlar [1]. Universitetda bu, masalan, nostandart ta'lim loyihalarini rag'batlantirish, raqamli tashabbuslarni qo'llab-quvvatlash, o'qituvchilar va talabalar o'rtasida tajriba almashish uchun platformalar yaratishda namoyon bo'lishi mumkin.

Bundan tashqari, innovatsion madaniyatni rivojlangan oliy o'quv yurtlari xalqaro hamkorlikni faol rivojlantirmoqda. Altbach va Knightning ta'kidlashicha, aynan tashqi aloqalarga ochiqlik universitetlarga raqobatbardosh bo'lib qolish va ta'lim jarayoniga yangi g'oyalarni kiritish imkonini beradi [3].

Shu nuqtai nazardan, nafaqat xalqaro loyihalarda ishtirok etish, balki jamoaning yangi ta'lim texnologiyalarini qabul qilish va moslashtirishga ichki tayyorgarligi ham muhimdir.

Innovatsion korporativ madaniyatning asosiy belgilari orasida quyidagilarni ajratib ko'rsatish mumkin [3]:

ta'lim mazmuni va o'qitish usullarini doimiy yangilab borishga yo'naltirish;

o'z tashabbuslarini amalga oshirishda o'qituvchilar va talabalarni qo'llab-quvvatlash;

raqamli vositalarni, shu jumladan sun'iy intellekt va onlayn ta'limni joriy etish;

universitet ichki kommunikatsiyalari va jamoaviy ishlarni rivojlantirish;

ijtimoiy mas'uliyat va barqaror rivojlanishga urg'u berish.

Shunday qilib, innovatsion korporativ madaniyat nafaqat oliy ta'lim muassasasining tashqi qiyofasi haqida, balki, avvalo, ichki munosabatlarning qanday qurilgani, jamoaning zamon chaqiriqlariga qanday javob berayotgani va faqat yuqoridan emas, balki quyidan kelayotgan g'oyalarni qo'llab-quvvatlashga qanchalik tayyorligi haqida hamdir. Oliy ta'lim jadal modernizatsiya qilinayotgan O'zbekiston uchun bunday elementlar ayniqsa muhim ahamiyat kasb etadi.

Bir qarashda, OTMning raqobatbardoshligi birinchi navbatda o'qitish darajasi, ilmiy nashrlar soni yoki texnik jihozlanishi bilan belgilanadigandek tuyulishi mumkin. Biroq, xalqaro amaliyotda universitetning korporativ madaniyati ham muhim rol o'ynashi allaqachon isbotlangan - bu jamoa ichida qanday qadriyatlar va qoidalar amal qilishi va ta'lim muassasasidagi umumiy muhit qanday ekanligi [4].

Innovatsiyalarga yo'naltirilgan kuchli korporativ madaniyatga ega bo'lgan OTM ham talabalar, ham o'qituvchilar uchun jozibador bo'lib bormoqda. Bunday muassasalarda ko'pincha tadqiqot loyihalari rivojlanadi, yangi ta'lim texnologiyalari joriy etiladi va xalqaro hamkorlar hamkorlikka katta qiziqish bilan kirishadilar [2, 297]. Bularning barchasi oxir-oqibat oliy ta'lim muassasasining milliy va xalqaro reytinglardagi o'rni, shuningdek, jamiyatning ishonchi darajasida aks etadi.

Amaliyot shuni ko'rsatadiki, hatto ta'lim dasturlari bir xil darajada bo'lsa ham, ikkita universitet obro'si va abituriyentlar orasida talab darajasi bo'yicha juda farq qilishi mumkin. Bryson ta'kidlaganidek, aynan tashkiliy madaniyat ko'pincha universitetning zamon talablariga qanchalik moslashuvchan va zamonaviy javob berishini belgilaydigan "ko'rinmas omil"ga aylanadi [3].

O'zbekiston sharoitida bu masala qo'shimcha ahamiyat kasb etadi, chunki oliy ta'lim tizimi faol transformatsiya bosqichida turibdi. Masalan, xalqaro grant loyihalarida ishtirok etayotgan va raqamli platformalarni faol joriy etayotgan OTMlar xorijiy talabalarni jalb qilish va professor-o'qituvchilar tarkibini rivojlantirish bo'yicha yuqori ko'rsatkichlarni namoyish etmoqda.

Oliy ta'lim muassasasining korporativ madaniyati nafaqat muassasaning ichki ishi. Ta'lim muassasasining tez o'zgaruvchan ta'lim makonida raqobatbardosh bo'lib qolishi, yangi imkoniyatlarga ochilishi va milliy hamda xalqaro miqyosda o'z mavqeini saqlab qolish qobiliyati bevosita unga bog'liq.

O'zbekistonning yanada raqobatbardosh va zamonaviy bo'lishga intilayotgan oliy o'quv yurtlari uchun innovatsion korporativ madaniyatni shakllantirish rivojlanishning ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylanishi kerak. Birinchi navbatda, qadriyatlar va korporativ tamoyillar masalalari faqat so'zda qolib ketmasligi, balki universitetlarning ustav va strategik hujjatlarida qayd etilishi muhimdir, chunki jamoa uchun umumiy yo'nalish aynan shunday belgilanadi. Universitetning o'zida o'qituvchilar, xodimlar va talabalar o'rtasida seminarlar, davra suhbatlari yoki shunchaki g'oyalar va

loyihalar muhokama qilinadigan uchrashuvlar orqali muntazam muloqotni yo'lga qo'yish maqsadga muvofiqdir [7, 45]. Bu nafaqat tajriba almashishga yordam beradi, balki jamoada ishonchni shakllantiradi, universitet ichidagi muhitni yanada ochiq va jo'shqin qiladi. Pastdan keladigan har qanday tashabbusni qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratish kerak, bu yangi o'qitish usullari bo'ladimi yoki yangi texnologiyalarni joriy etish bo'ladimi. Rasmiy chegaralar bilan cheklanib qolmaslik va odamlarga o'z g'oyalarini amalga oshirish imkoniyatini berish, buning uchun resurslar, vaqt va makon ajratish muhimdir. Universitet ta'lim platformalaridan tortib sun'iy intellekt tizimlarigacha bo'lgan raqamli yechimlarni faol joriy etayotgani ham muhim ahamiyatga ega. Biroq, bunda shunchaki asbob-uskunalarini sotib olish emas, balki xodimlar va talabalarga ulardan real o'quv jarayonida samarali foydalanishni o'rgatish kerak. O'zbekistonda oliy o'quv yurtlari ko'pincha turli millat va madaniyat vakillarini birlashtirishini hisobga olsak, ko'p tilli dasturlarni rivojlantirish va korporativ madaniyatning bir qismiga aylanadigan madaniyatlararo muloqotni rag'batlantirish maqsadga muvofiqdir. Va nihoyat, universitetning o'zida boshqaruv qanday tashkil etilganini unutmaslik kerak: u faqat yuqoridan pastga qarab qanchalik kam qurilsa va o'qituvchilar va talabalar qaror qabul qilishda qanchalik ko'p ishtirok etsa, butun tizim shunchalik jonli va zamonaviy bo'ladi. Bularning barchasi universitetga nafaqat mamlakat ichida yaxshiroq ishlash, balki mintaqadagi yetakchi oliy o'quv yurtlari orasida

o'z mavqeini mustahkamlab, xalqaro ta'lim bozoriga yanada ishonchliroq kirish imkonini beradi.

Xulosa. O'zbekiston oliy ta'lim muassasalarida innovatsion korporativ madaniyat nafaqat ichki tartib yoki qadriyatlar to'plami sifatida, balki zamonaviy ta'lim muhitida ta'lim muassasasining muvaffaqiyati bog'liq bo'lgan haqiqiy manba sifatida namoyon bo'ladi. Milliy va xalqaro miqyosda universitetlar o'rtasida kuchayib borayotgan raqobat sharoitida aynan oliy ta'lim muassasasining tashabbuskorlikni qo'llab-quvvatlash, yangi texnologiyalarni joriy etish, ochiqlik va o'zaro tushunish muhitini shakllantirish qobiliyati uning barqaror rivojlanishining hal qiluvchi omiliga aylanmoqda. Shuni ta'kidlash kerakki, gap bir martalik loyihalar yoki rasmiy dasturlar haqida emas, balki innovatsiyalar jamoaning kundalik hayotining tabiiy qismiga aylanadigan muhitni yaratish bo'yicha tizimli ishlar haqida ketmoqda. Oliy ta'lim sohasida islohotlar faol amalga oshirilayotgan O'zbekiston uchun bu ayniqsa dolzarbdir. Universitet strategiyasiga innovatsion korporativ madaniyatni shakllantirish mexanizmlarini kiritish, jamoa ichidagi gorizontaal aloqalarni rivojlantirish, xalqaro tajribaga e'tibor qaratish va shu bilan birga milliy xususiyatlarni hisobga olish – bularning barchasi yangi avlod mutaxassislarini tayyorlash va mamlakatni jahon ta'lim maydonida munosib namoyish etishga qodir bo'lgan raqobatbardosh, zamonaviy tuzilishga ega universitetlarni yaratish imkonini beradi.

ADABIYOTLAR

1. Schein E.H. *Organizational Culture and Leadership*. – San Francisco: Jossey-Bass, 2010.
2. Albatch P.G., Knight J. The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities // *Journal of Studies in International Education*. – 2007. – No.11. – P.290-305.
3. Hazelkorn E. *Rankings and the Reshaping of Higher Education. The Battle for World-Class Excellence*. – London: Palgrave MacMillan, 2005.
4. Bryson J., George B. *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*. – Hoboken: Wiley, 2024.
5. Mok K.H. Massification of higher education, graduate employment and social mobility in the Greater China region // *British Journal of Sociology of Education*. – 2015. – No.37(1). – P.51–71.
6. Selwyn N. *Education and Technology: Key Issues and Debates*. – London: Bloomsbury Academic, 2016.
7. Бекбаев Р.Р. *Теории познания*. – Ташкент, 2023.