



INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

2026

№6

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY

Scientific and practical electronic journal



Indexlanadigan bazalar: Google Scholar



Crossref



OpenAIRE



CYBERLENIKA



INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON JURNAL

6-jild
6-son
Iyun, 2026

June, 2026
Volume 6
Number 6

ИННОВАЦИОННАЯ
ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY
Electronic scientific and
practical journal



INNOVATSION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Tahririyat Kengashi raisi o‘rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Mas’ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Texnik muharrir:

S.J.Qulmurotov

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko‘chasi 225-uy Tel.:

+998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

innoeconomic@kstu.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko‘rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Ovchinnikov Viktor Nikolayevich - i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Solodovnikov Sergiy Yurevich - i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Sidorov Viktor Aleksandrovich - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Shevchenko Igor Viktorovich - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

Kusainov Xalel Xaymullievich – i.f.d., professor, akademik (Qozog‘iston Respublikasi Milliy fanlar akademiyasi)

Samandarzoda Iskandar Hakim - Iqtisodiyot fanlari doktori (Sh.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Gibadullin Artur Arturovich - i.f.n. dotsent (Milliy tadqiqot universiteti, Moskva energetika instituti, Rossiya)

Sergey Aleksandrovich Voynash - ilmiy xodim (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Valentina Nikolayevna Pulyayeva - iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Rossiya Federatsiyasi hukumati qoshidagi Moliya universiteti)

Dmitriy Evgenievich Morkovkin, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Moliya universiteti, Rossiya Federatsiyasi hukumati)

Sadriddinov Manuchehr Islomiddinovich - i.f.d., professor, (Tojikiston Respublikasi Milliy fanlar Akademiyasi)

Perskaya Viktoriya Vadimovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Molchanov Igor Nikolayevich - i.f.d., professor, (Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti)

Basova Mariya Mixaylovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Aleksandr Leonidovich Chupin, iqtisod fanlari nomzodi (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Nezamaykin Valeriy Nikolayevich - i.f.d., professor, (Rossiya davlat gumanitar universiteti)

Nikonorova Alla Vladimirovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Dmitriyeva Olga Aleksandrovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Shvets Yuriy Yuryevich - i.f.n., dotsent, (Rossiya Fanlar akademiyasining Nazorat fanlari instituti)

Kolosova Yelena Valeryevna - i.f.n., dotsent, (Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti)

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochildi Qurbonovich- i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna- i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo‘raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Yakubova Shamshinur Shuxratovna - i.f.d., (DSc) dotsent

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna- i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg‘unovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazlitdin Baxadirovich- i.f.n., dotsent

Xo‘jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.d., (DSc), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich - i.f.f.d. (PhD), dotsent

Muxammadiyeva Yulduz Yusupovna - i.f.f.d. (PhD)

Tursunova Aziza Xoshimovna - i.f.f.d. (PhD)

Xolliyev Sherali Baxtiyorovich - i.f.f.d. (PhD)

Panjiyev Samijon Aliqulovich - PhD, dotsent



ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Учредитель:

**Каршинский государственный технический
университет**

Председатель редакционного совета:

Р.Х.Эргашев, доктор экономических наук, профессор

Заместитель председателя редакционного совета:

С.Н.Хамраева, доктор экономических наук,
профессор

Ответственный редактор:

Н.А.Очилова, PhD, доцент

Технический редактор:

С.Ж.Кулмуротов

Журнал издается один раз в месяц в
электронной форме и публикуется через
официальный сайт журнала.

Адрес редакции:

180100, г. Карши, ул. Мустакиллик, дом 225

Тел: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Факс: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@kstu.uz

Научно-практический электронный журнал
«Инновационная экономика» включён в перечень
национальных научных изданий на основании
решения Президиума Высшей аттестационной
комиссии при Министерстве высшего образования,
науки и инноваций Республики Узбекистан от 5
апреля 2025 года № 369.

**В журнале публикуются статьи по
следующим рубрикам:**

1. Теория и методология
2. Цифровая экономика
3. Экономика регионов и отраслей
4. Малый бизнес и частное
предпринимательство
5. Экономика человеческого капитала
6. Менеджмент и маркетинг
7. Бухгалтерский учет, экономический анализ и
аудит
8. Финансы, кредит и инвестиции
9. Эконометрика и статистика
10. Сфера услуг и туризм

Редакционная коллегия:

Международные члены Совета редколлегии:

Овчинников Виктор Николаевич - д.э.н., профессор, академик
(Южный федеральный университет, Россия)
Солодовников Сергей Юрьевич - д.э.н., профессор
(Белорусский национальный технический университет)
Виктор Александрович Сидоров - д.э.н., профессор,
(Кубанский государственный университет)
Шевченко Игорь Викторович - д.э.н., профессор (Кубанский
государственный университет)
Кусаинов Халел Хаймуллович - д.э.н., профессор, академик
(НААН Республика Казахстан)
Самандарзода Искандар Хаким - д.э.н., профессор
(Таджикистанский аграрный университет им. Ш.
Шотемура)
Гибатуллин Артур Артурович - к.э.н., доцент
(Национальный исследовательский университет
«Московский энергетический институт»)
Войнаш Сергей Александрович - научный сотрудник
(Российского университета дружбы народов имени
П.Лумумби)
Пуляева Валентина Николаевна - к.э.н., доцент
(Финансовый университет при Правительстве РФ)
Морковкин Дмитрий Евгеньевич - к.э.н., доцент
(Финансовый университет Правительство РФ)
Садриддинов Манучехр Исламиддинович - д.э.н.,
профессор (Национальная академия наук Республики
Таджикистан)
Перская Виктория Вадимовна - д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ)
Молчанов Игорь Николаевич - д.э.н., профессор (Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова)
Басова Мария Михайловна - д.э.н., профессор
(Финансового университета Российской Федерации)
Чупин Александр Леонидович - к.э.н. (Российского
университета дружбы народов имени П. Лумумби)
Незаймакин Валерий Николаевич - д.э.н., профессор (РГТУ)
Никонорова Алла Владимировна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)
Дмитриева Ольга Александровна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)
Швец Юрий Юрьевич - к.э.н., доцент (Институт проблем
управления РАН)
Колосова Елена Валерьевна - к.э.н., доцент (Российский
экономический университет имени Г.В. Плеханова)

Члены Совета редколлегии:

Гулямов Саидхорр Саидхмедович - д.э.н., профессор,
академик
Пардаев Мамаюнус Каршибоевич - д.э.н., профессор
Навруз-зода Бахтиёр Негматович - д.э.н., профессор
Хатамов Очилди Курбанович - д.э.н., профессор
Файзиева Ширин Шодмоновна - к.э.н., профессор
Жумаева Гулрух Журакуловна - к.э.н., профессор
Эгамбердиева Салима Раимовна - к.э.н., доцент
Еркаева Гулбахор Панжиевна - к.э.н., профессор
Якубова Шаминаур Шухратовна - д.э.н., (DSc), доцент
Амиркулов Шухрат Олимович - д.ф.э.н., (PhD), доцент
Самиева Гулноза Тохировна - д.ф.э.наук., (PhD), доцент
Алигулов Азамат Туйгунович - д.ф.э.н., (PhD), доцент
Аминов Фазлитдин Бахадирович - к.э.н., доцент
Хужакулова Нигора Рустамовна - д.ф.э.н., (PhD), доцент
Туробов Шерзод Алишерович - д.ф.э.н., (PhD), доцент
Алимова Муниса Юльчиевна - д.ф.э.н., (PhD), доцент
Эрашиева Насиба Рахматуллаевна - д.э.н., (DSc), доцент
Бобокулов Санжар Бахромкулович - д.ф.э.н., (PhD), доцент
Джалилов Рахмонкул Хамидович - д.ф.э., (PhD), доцент
Номазов Бахром Бобомуродович - д.ф.э.н., (PhD), доцент
Алимханова Нигора Алимхановна - д.ф.э.н., (PhD), доцент
Джанузакон Мирзабек Кулмаматович - д.ф.э.н., (PhD),
доцент
Мухаммадиева Юлдуз Юсуповна - д.ф.э.н., (PhD)
Турсунова Азиза Хошимовна - д.ф.э.н., (PhD)
Холлиев Шерали Бахтиёрович - д.ф.э.н., (PhD)
Панджиев Самиджон Аликулич - PhD, доцент



Menejment va marketing
Management and marketing
Менеджмент и маркетинг



KORPORATIV MADANIYAT VA TASHKILIY SAMARADORLIK O'RTASIDAGI BOG'LIQLIK

Rayimdjanova Gulnoza Xolmatovna

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ

Раимджанова Гульноза Холматовна

THE RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE CULTURE AND ORGANIZATIONAL EFFECTIVENESS

Gulnoza Kholmatovna Rayimdjanova

Received: June 8, 2026 Revised: June 9, 2026 Accepted: June 12, 2026 Published: June 30, 2026

Annotatsiya: Ushbu maqola korporativ madaniyat va tashkiliy samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlikni ilmiy adabiyotlar tahlili va nazariy sintez asosida o'rganadi. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, kuchli va muvofiqlashtiruvchi korporativ madaniyat tashkilot ichidagi muloqot sifatini, xodimlar motivatsiyasini va strategik maqsadlarga erishish darajasini sezilarli darajada oshiradi. Xulosa sifatida, tashkiliy madaniyatni boshqaruv vositasi sifatida maqsadli shakllantirishning strategik ahamiyati asoslanadi.

Kalit so'zlar: korporativ madaniyat, tashkiliy samaradorlik, tashkiliy xulq-atvor, boshqaruv, qadriyatlar, xodimlar motivatsiyasi, strategik boshqaruv.

Аннотация: В данной статье исследуется взаимосвязь между корпоративной культурой и организационной эффективностью на основе анализа научной литературы и теоретического синтеза. Исследование показывает, что сильная и согласованная корпоративная культура существенно повышает качество внутриорганизационной коммуникации, мотивацию сотрудников и степень достижения стратегических целей. В заключение обосновывается стратегическое значение целенаправленного формирования организационной культуры как инструмента управления.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная эффективность, организационное поведение, управление, ценности, мотивация сотрудников, стратегический менеджмент.

Abstract: This article examines the relationship between corporate culture and organizational effectiveness on the basis of a systematic literature review and theoretical synthesis. The study demonstrates that a strong and cohesive corporate culture significantly enhances the quality of intra-organizational communication, employee motivation, and the degree of strategic goal achievement. In conclusion, the strategic importance of purposeful formation of organizational culture as a management tool is substantiated.

Keywords: corporate culture, organizational effectiveness, organizational behavior, management, values, employee motivation, strategic management.

■ KIRISH

Zamonaviy boshqaruv nazariyasida korporativ madaniyat tushunchasi tobora markaziy o'rinni egallaydi. Globallashuv sharoitida raqobat kuchayishi, bilimlar iqtisodiyotiga o'tish va inson kapitali rolining ortishi tashkilotlar oldiga yangi talablar qo'yimoqda: faqat moliyaviy ko'rsatkichlar bilan emas, balki ichki muhit sifati, xodimlar sadoqati va umumiy qadriyatlar tizimi bilan ham o'lchanadigan samaradorlikka erishish zaruriyati yuzaga kelmoqda. Aynan shu kontekstda korporativ madaniyat tashkiliy psixologiya, menejment va iqtisodiyot fanlarining kesishmasida joylashgan mustaqil ilmiy tadqiqot obyektiga aylandi [1]. Tadqiqotchilar korporativ madaniyatni tashkilot a'zolari

<https://ojs.kstu.uz/index.php/ej>

tomonidan umumiy e'tirof etilgan qadriyatlar, normalar, e'tiqodlar va xulq-atvor qoidalarining yaxlit tizimi sifatida ta'riflaydi [2]. Ushbu tizim tashkilotning o'ziga xos "shaxsiyati"ni belgilab, barcha ichki jarayonlarga singib ketadi: qaror qabul qilishdan tortib mijozlar bilan munosabatlarga, xodimlarni ishga qabul qilishdan tortib innovatsiyalarga munosabatgacha.

Binobarin, korporativ madaniyatni o'rganish nafaqat nazariy, balki amaliy jihatdan ham katta ahamiyat kasb etadi, chunki u tashkilot rahbariyatiga o'z tuzilmalarini yanada samaraliroq boshqarish imkoniyatini beradi [3]. O'zbekiston iqtisodiyotida ham bu masala dolzarb bo'lib, bozor islohotlari sharoitida milliy kompaniyalar xalqaro raqobatga chiqqan sari



korporativ madaniyatni anglash va uni ongli ravishda boshqarish zarurati kuchaymoqda [4]. Ushbu maqolaning maqsadi mavjud ilmiy adabiyotlar tahlili orqali korporativ madaniyat va tashkiliy samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlikning asosiy mexanizmlarini aniqlash va ushbu bog'liqlikni tushuntiruvchi nazariy modelni shakllantirishdan iborat.

■ ADABIYOTLAR TAHLILI

Ushbu tadqiqot sof nazariy-tahliliy xususiyatga ega bo'lib, uning metodologik asosini tizimli adabiyotlar tahlili, qiyosiy tahlil va nazariy sintez usullari tashkil etadi. Adabiyotlar tahlilining geografik qamrovi ataylab kengaytirildi: G'arb menejment maktabining klassik vakillari (E. Shein, T. Piterz, R. Uoterman, G. Hofstede) bilan bir qatorda rus ilmiy an'anasining vakillari (V.A. Spivak, O.S. Vikhanskiy) va o'zbek tadqiqotchilari (Sh.R. Xolmatov) ishlaridan foydalanildi [5, 6, 7]. Bunday yondashuv turli madaniy va institutsional kontekstlarda korporativ madaniyat fenomenining universal hamda o'ziga xos jihatlari aniqlash imkonini berdi. Korporativ madaniyatni ilmiy jihatdan o'rganishning tarixi taxminan yarim asrlik tarixga ega. 1980-yillarda G'arb menejmenti giperkonkurentlik va Yaponiya kompaniyalarining yutuqlari fonida tashkiliy madaniyat fenomeniga e'tibor qaratdi. Aynan shu davrda T. Piterz va R. Uoterman o'zlarining "Mukammallik izlayotganda" asarida muvaffaqiyatli kompaniyalar kuchli va o'ziga xos korporativ madaniyatga ega ekanligini empirik yo'l bilan isbotladi [5].

Keyinroq E. Shein korporativ madaniyatni uch qatlamli model orqali tushuntirdi: ko'rinadigan artefaktlar, e'lon qilingan qadriyatlar va ongsiz asosiy taxminlar [1]. Bu model keyingi barcha nazariy ishlar uchun metodologik poydevor bo'lib xizmat qildi. Shotland olimi Ch. Xendi tashkilotlarni madaniyat turi bo'yicha to'rt guruhga ajratdi (kuch madaniyati, rol madaniyati, vazifa madaniyati va shaxs madaniyati) va har bir turning samaradorlikka turlicha ta'sir ko'rsatishini asosladi [8]. Gollandiyalik tadqiqotchi G. Hofstede esa madaniy o'lchamlar nazariyasini ishlab chiqdi va milliy madaniyatning korporativ madaniyat shakllantirishi jarayoniga ta'sirini o'rgandi [6]. Rus ilmiy maktabida V.A. Spivak korporativ madaniyatni tashkiliy rivojlanishning asosiy omili sifatida ko'rib, uning tarkibiy elementlarini va boshqaruv funksiyalarini batafsil tahlil qildi [7]. O'zbek tadqiqotchisi Sh.R. Xolmatov esa milliy iqtisodiyotda korporativ madaniyatning xususiyatlarini o'rgangan bo'lib, o'zbek menejment an'anasining G'arb va Sharq modellaridan farqlari hamda o'ziga xosliklarini aniqladi [4]. Barcha ushbu tadqiqotlar bitta muhim xulosaga keladi: korporativ madaniyat tashkiliy samaradorlikning tasodifiy omili emas, balki uning tarkibiy, tizimli komponentidir.

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, korporativ madaniyat va samaradorlik o'rtasidagi munosabat ko'p o'lchamli va murakkab xususiyatga ega. Bir tomondan, kuchli madaniyat xodimlarning tashkilot maqsadlariga sodiqligini oshiradi, ishdan bo'shatish darajasini kamaytiradi va innovatsion faollikni rag'batlantiradi [9]. Boshqa tomondan, haddan tashqari qattiq va o'zgarishlarga chidamsiz madaniyat tashkiliy qotib

qolishlikka olib kelishi mumkin [2]. Shuningdek, korporativ madaniyat bilan samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlik bevosita emas, balki ko'pincha muloqot sifati, xodimlar motivatsiyasi va tashkiliy o'rganish orqali vositachilik qiladi [10].

■ TAHLIL VA NATIJALAR

Adabiyotlar tahlili natijasida korporativ madaniyatning tashkiliy samaradorlikka ta'sir qiluvchi bir necha asosiy mexanizm aniqlanadi. Birinchi va eng muhim mexanizm qadriyatlar uyg'unligi mexanizmidir. Tashkilot a'zolari umumiy qadriyatlar tizimini qabul qilganida, ular o'zlarining individual manfaatlarini tashkilot manfaatlarini bilan bir yo'nalishga soladi. Bu holat xodimlarning tashabbuskorligini, mustaqil qaror qabul qilish qobiliyatini va o'z vazifalaridan tashqarida ham mas'uliyatni his etishini kuchaytiradi [1]. Klassik menejment nazariyasida bu "organizatsion fuqarolik xulq-atvori" (organizational citizenship behavior) tushunchasi bilan ifodalanadi va u tashkiliy samaradorlikning qo'shimcha, ammo muhim komponenti sifatida keng tadqiq etilgan. E. Shein modeli bu mexanizmni "ongsiz asosiy taxminlar" qatlami orqali tushuntiradi: xodimlar tashkilotning asosiy qadriyatlarini ichkilashtirganida, ular ko'rsatmalarga muhtoj bo'lmasdan ham to'g'ri yo'nalishda harakat qiladi, bu esa boshqaruvning tranzaksion xarajatlarini keskin kamaytiradi [1].

Ikkinchi muhim mexanizm muloqot va axborot almashinuvi samaradorligi bilan bog'liqdir. Ochiqlik, ishonch va hamkorlikni rag'batlantiradigan korporativ madaniyat vertikal va gorizontal muloqotning sifatini oshiradi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, xodimlar o'z fikrlarini erkin ifodalay olgan tashkilotlarda qaror qabul qilish sifati yuqori, xatolar esa tezroq aniqlanadi va bartaraf etiladi [8]. Aksincha, ierarxik qattiqlik va qo'rquv ustun bo'lgan madaniyatlarda ma'lumotlar ko'pincha filtrlangan holda rahbariyatga yetkaziladi, bu esa strategik ko'rlikka olib keladi. G. Hofstede tadqiqotlari madaniy o'lcham sifatida "quvvat masofasi" (power distance) ko'rsatkichining yuqoriligi tashkilot ichidagi vertikal muloqotni qiyinlashtirishini va natijada tashkiliy moslashuvchanlikni pasaytirishini ko'rsatdi [6].

Uchinchi mexanizm tashkiliy o'rganish va bilimlarni boshqarish sohasi bilan bog'liqdir. Innovatsiya va uzluksiz takomillashuvni qadrlaydigan madaniyat xodimlarning yangi g'oyalar taklif qilish, tajribadan o'rganish va bilimlarni ulashish intilishini kuchaytiradi [9]. P. Senge tomonidan ishlab chiqilgan "o'rganuvchi tashkilot" konsepsiyasi aynan korporativ madaniyatni uzluksiz o'rganishning asosi sifatida ko'radi. Ushbu yondashuv bo'yicha samaradorlik statik holat emas, balki dinamik jarayon bo'lib, uni qo'llab-quvvatlovchi madaniyat uning asosiy shartidir [3]. O'zbekiston kontekstida bu ayniqsa muhim: tezkor texnologik o'zgarishlar va raqobat muhitida o'rganishni rag'batlantiradigan korporativ madaniyat tashkilotlarga barqaror afzalliklarni saqlab qolish imkonini beradi [4].

To'rtinchi mexanizm xodimlar motivatsiyasi va mehnatkashlik darajasi bilan bog'liqdir. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, o'z kompaniyasining qadriyatlarini qabul qilgan va unda o'zini bahayta his etgan xodimlar nafaqat yuqori unumdorlik ko'rsatadi, balki mijozlarga



munosabatda ham ijobiy farq qiladi [5]. Bu esa tashqi samaradorlikka ham ta'sir qiladi. Spivak tadqiqotlarida korporativ madaniyatning xodimlar uchun ishdan qoniqish manbai ekanligi ta'kidlanadi va bu psixologik omil mehnat unumdorligining moddiy rag'batlantirish kabi muhim determinanti sifatida ko'rib chiqiladi [7].

Shuni ta'kidlash muhimki, korporativ madaniyat va samaradorlik o'rtasidagi munosabat bir yo'nalishli emas. Bir qator tadqiqotchilar "madaniy to'siq" fenomenini ta'riflaydi: ularga ko'ra, kuchli madaniyat bir tomondan birlikni ta'minlasa, boshqa tomondan tashqidan kelgan yangi g'oyalarga qarshilik ko'rsatishi va tashkiliy o'zgarishlarga chidamlilik darajasini oshirishi mumkin [2]. Bu paradoks ayniqsa tezkor o'zgaruvchi bozorlar sharoitida yaqqol namoyon bo'ladi: eski biznes modeliga mos ravishda shakllangan kuchli madaniyat transformatsiya jarayonida eng katta to'siqga aylanishi mumkin. Shuning uchun zamonaviy tadqiqotchilar faqat madaniyatning kuchliligini emas, balki uning moslashuvchanligini, ya'ni "kultural ambidekstersiyani" ham alohida samaradorlik omili sifatida ko'rib chiqish boshladi [10].

Bundan tashqari, korporativ madaniyat va samaradorlik o'rtasidagi sababiyat yo'nalishi ham muhim metodologik muammo bo'lib qolmoqda. Bir qator tadqiqotchilar kuchli madaniyat samaradorlikka olib keladi desa, boshqalari yuqori samaradorlik o'z navbatida kuchli madaniyat shakllanishiga qulay muhit yaratadi deb hisoblaydi. Bu ikki yo'nalishli munosabat tashkiliy rivojlanishda madaniyat va natijalar o'rtasida retsiprok aloqaning mavjudligini ko'rsatadi [9]. Amaliy nuqtai nazardan bu shuni anglatadiki, korporativ madaniyatni shakllantirishga sarmoya kiritish ham kiska muddatli, ham uzoq muddatli samaradorlikni ta'minlashning strategik investitsiyasidir.

Korporativ madaniyatning tashkilot tashqi muhitga moslashish qobiliyatiga ta'siri ham alohida e'tiborni talab etadi. Bozor kon'yunkturasi o'zgarganda, yangi texnologiyalar paydo bo'lganda yoki raqobat kuchayganida, ichki qadriyatlari barqaror va xodimlari o'z rolini aniq anglaydigan tashkilotlar yangi sharoitlarga tezroq va kamroq resurs sarflab moslashadi. Bu holat shundan kelib chiqadiki, moslashuvchan madaniyatga ega tashkilotlarda xodimlar o'zgarishlarga qarshilik sifatida emas, balki rivojlanish imkoniyati sifatida qaraydi. Tashkilot ichida o'rnatilgan umumiy me'yorlar va qadriyatlar tizimi o'zgarish jarayonlarini boshqarishni osonlashtiradi, chunki yangi strategiyalar mavjud madaniy zamin ustiga quriladi va shu orqali amalga oshirish xarajatlari hamda vaqti qisqaradi.

Korporativ madaniyatning tashkilotning tashqi imidjiga va iste'molchilar ishonchiga ta'sirini ham e'tibordan chetda qoldirmaslik lozim. Tashkilot ichida kuchli qadriyatlar tizimi shakllangan kompaniyalar o'z xodimlari orqali bozorga muayyan madaniy signal yuboradi: mijozlar, hamkorlar va investorlar bunday tashkilotni ishonchli, barqaror va uzoq muddatli hamkorlikka tayyor deb baholaydi. Bu esa nafaqat obro'-e'tiborni mustahkamlaydi, balki bevosita moliyaviy samaradorlikka ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi, chunki ishonch darajasi yuqori bo'lgan tashkilotlar tranzaksiya xarajatlarni kamaytirib, yangi bozorlarni o'zlashtirish jarayonida raqobatdoshlaridan ustun turadi.

<https://ojs.kstu.uz/index.php/ej>

Yuqorida sanab o'tilgan mexanizmlarni umumlashtirganda, korporativ madaniyat tashkiliy samaradorlikning yagona va mutlaq determinanti emas, balki boshqa omillar bilan o'zaro ta'sirda ishlaydigan tizimli katalizator ekanligi yaqqol ko'rinadi. Moliyaviy resurslar, texnologik imkoniyatlar va bozor sharoiti qanchalik qulay bo'lmasin, agar tashkilot ichida qadriyatlar bo'lingan, muloqot buzilgan va xodimlar o'zini begona his qilsa, ushbu resurslardan to'liq foydalanish imkonsiz bo'ladi. Aynan shu sabab zamonaviy boshqaruv nazariyasi korporativ madaniyatni strategik rejalashtirish jarayonining ajralmas tarkibiy qismi sifatida ko'rib chiqadi va uni ongli ravishda shakllantirish, monitoring qilish va zarur hollarda o'zgartirish menejmentning ustuvor vazifalari qatoriga kiradi.

■ XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu maqolada amalga oshirilgan adabiyotlar tahlili va nazariy sintez korporativ madaniyat va tashkiliy samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlikning to'rt asosiy mexanizm orqali amalga oshirishini ko'rsatdi: qadriyatlar uyg'unligi, muloqot sifati, tashkiliy o'rganish va xodimlar motivatsiyasi. Ushbu mexanizmlar bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, korporativ madaniyatning tashkiliy samaradorlikka ta'sirini kuchaytiruvchi yoki zaiflashtiruvchi omillar sifatida bir tizimda ishlaydi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, korporativ madaniyat tashkilot faoliyatining ikkinchi darajali elementi emas, balki strategik boshqaruvning asosiy vositasidir. Zamonaviy raqobat sharoitida, xususan O'zbekistondagi bozor islohotlari kontekstida, tashkiliy madaniyatni ongli ravishda shakllantirishga e'tibor qaratish menejment amaliyotining ustuvor yo'nalishiga aylanishi lozim. Kelajakdagi tadqiqotlar uchun korporativ madaniyatni o'lchashning standartlashtirilgan metodologiyalarini ishlab chiqish va madaniyatning turli tashkiliy samaradorlik ko'rsatkichlariga ta'sirini alohida sektorial kontekstlarda o'rganish muhim ilmiy vazifa bo'lib qolmoqda.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

- 1.Шейн, Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн; пер. с англ. С. Жильцова. — СПб.: Питер, 2011. — 336 с.
- 2.Robbins, S.P. Organizational Behavior / S.P. Robbins, T.A. Judge. — 17th ed. — New York: Pearson, 2017. — 752 p.
- 3.Senge, P.M. The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization / P.M. Senge. — New York: Doubleday, 1990. — 424 p.
- 4.Xolmatov, Sh.R. O'zbekistonda korporativ madaniyatning shakllanish xususiyatlari / Sh.R. Xolmatov // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. — 2022. — № 3. — B. 112–119.
- 5.Peters, T. In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies / T. Peters, R. Waterman. — New York: Harper & Row, 1982. — 360 p.
- 6.Hofstede, G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations / G. Hofstede. — 2nd ed. — Thousand Oaks: Sage Publications, 2001. — 596 p.

Qarshi davlat texnika universiteti



7.Спивак, В.А. Корпоративная культура: теория и практика / В.А. Спивак. — СПб.: Питер, 2001. — 352 с.

8.Handy, C. Understanding Organizations / C. Handy. — 4th ed. — London: Penguin Books, 1993. — 464 p.

9.Denison, D.R. Corporate Culture and Organizational Effectiveness / D.R. Denison. — New York: Wiley, 1990. — 267 p.

10. O'Reilly, C.A. Culture as Social Control: Corporations, Cults, and Commitment / C.A. O'Reilly, J. Chatman // Research in Organizational Behavior. — 1996. — Vol. 18. — P. 157–200.

Muallif(lar) haqida / Сведения об авторе / Author details

Rayimdjanova Gulnoza Xolmatovna O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat siyosati va boshqaruvi akademiyasi gumanitar va ijtimoiy fanlar maktabi v.b.dosenti / Раимджанова Гульноза Холматовна и.о. доцента Школы гуманитарных и социальных наук Академии государственной политики и управления при Президенте Республики Узбекистан / Gulnoza Kholmatovna Rayimdjanova Acting Associate Professor, School of Humanities and Social Sciences, Academy of Public Policy and Governance under the President of the Republic of Uzbekistan.



INNOVATION
IQTISODIYOT
ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

ISSN: 3030-315X



t.me/kstu_uz



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225



www.kstu.uz
www.ojs.kstu.uz