

IQTISODIYOTNI RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA KORPORATIV MADANIYATNI SHAKLLANTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

Begmurodov Azamjon Xudjamurodovich

Oriental Universiteti

Menejment mutaxassisligi magistranti

Annotatsiya: Mazkur maqolada iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida korporativ madaniyatni shakllantirish va uni takomillashtirishning nazariy-amaliy asoslari tahlil etilgan. Tadqiqotda raqamli transformasiya davrida tashkilotlarning an'anaviy boshqaruv modellaridagi o'zgarishlar, xodimlar o'rtasidagi kommunikatsiya jarayonlari hamda innovatsion muhitni rivojlantirish masalalari yoritilgan. Shuningdek, raqamli muhitda samarali korporativ madaniyatni saqlab qolish va xodimlarning kreativ salohiyatini oshirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Raqamli iqtisodiyot, korporativ madaniyat, raqamli transformasiya, boshqaruv modellari, innovatsion muhit, xodimlar motivatsiyasi, kommunikatsiya.

Аннотация: В данной статье анализируются теоретико-практические основы формирования и совершенствования корпоративной культуры в условиях цифровизации экономики. В исследовании рассматриваются изменения в традиционных моделях управления организациями в эпоху цифровой трансформации, процессы коммуникации между сотрудниками и вопросы развития инновационной среды. Также разработаны научно-практические рекомендации по сохранению эффективной корпоративной культуры в цифровой среде и повышению творческого потенциала сотрудников.

Ключевые слова: Цифровая экономика, корпоративная культура, цифровая трансформация, модели управления, инновационная среда, мотивация сотрудников, коммуникация.

Abstract: This article analyzes the theoretical and practical foundations of forming and improving corporate culture in the context of digitalizing the economy. The study examines changes in traditional organizational management models during the era of digital transformation, communication processes among employees, and issues related to developing an innovative environment. Furthermore, scientific and practical recommendations have been developed for maintaining an effective corporate culture in the digital environment and enhancing the creative potential of employees.

Keywords: Digital economy, corporate culture, digital transformation, management models, innovative environment, employee motivation, communication.

KIRISH

Bugungi kunda raqamli texnologiyalarning iqtisodiyotning barcha jabhalariga shiddatli kirib borishi tashkilotlarning an'anaviy boshqaruv modellarini tubdan qayta ko'rib chiqishni taqozo etmoqda. Raqamlashtirish jarayonlari shunchaki dasturiy ta'minot yoki raqamli platformalarni joriy etish bilangina cheklanmay, balki kompaniyaning ichki muhiti, xodimlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar va qadriyatlar tizimi — ya'ni korporativ madaniyatda chuqur transformatsiyani talab qiladi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida tashkilotning barqarorligi va raqobatbardoshligi uning nafaqat texnologik jihatdan rivojlanganligi, balki ushbu texnologiyalarni qabul qiladigan, innovatsion tafakkurga ega va o'zgarishlarga moslashuvchan korporativ muhitga egaligi bilan belgilanadi.

Korporativ madaniyat kompaniyaning strategik rivojlanishida asosiy tayanch nuqtasi bo'lib, u xodimlarning xulq-atvori, qaror qabul qilish jarayonlari va mehnat samaradorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Raqamli transformasiya davrida eski boshqaruv usullari, qat'iy ierarxik tizimlar va axborot almashinuvidagi byurokratik to'siqlar o'z samarasini yo'qotmoqda. Buning o'rniga moslashuvchanlik, ochiq kommunikatsiya, doimiy o'rganishga intilish va jamoaviy hamkorlikka asoslangan yangi madaniy modelni shakllantirish dolzarb vazifaga aylanib bormoqda. Raqamli muhitda samarali korporativ madaniyatni shakllantirish jarayoni texnologik yechimlar hamda inson omilini uyg'unlashtirishni, xodimlarning kreativ salohiyatini ochib berishni va ular uchun motivatsion muhitni yaratishni nazarda tutadi.

Mazkur maqolada iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida korporativ madaniyatning o'zgarish tendensiyalari, raqamli transformasiyaning jamoaviy munosabatlarga ta'siri hamda tashkilotlarda sog'lom, innovatsion va raqobatbardosh korporativ madaniyatni shakllantirishni takomillashtirish yo'llari tahlil qilinadi. Tadqiqotning asosiy maqsadi raqamli iqtisodiyot talablariga mos keladigan korporativ muhitni yaratishning ilmiy-amaliy mexanizmlarini yoritib berish va bu borada samarali yechimlarni taklif etishdan iborat. Korporativ madaniyatni raqamli davr talablariga moslashtirish — bu kelajakdagi iqtisodiy muvaffaqiyatlar va tashkilotning uzoq muddatli barqarorligini ta'minlashning asosiy shartlaridan biridir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli iqtisodiyot sharoitida korporativ madaniyatni o'rganish va uni takomillashtirish masalalari xalqaro miqyosda ko'plab tadqiqotlarning diqqat markazida bo'lib kelmoqda. Jahon miqyosida korporativ madaniyat nazariyasining

asoschilari sifatida E.Sheyn va G.Xofstede kabi olimlarning ilmiy qarashlari muhim ahamiyat kasb etadi. E.Sheyn korporativ madaniyatni tashkilot a'zolari tomonidan yaratilgan, qabul qilingan va yangi xodimlarga o'rgatiladigan qadriyatlar, e'tiqodlar va me'yorlar tizimi sifatida ta'riflagan bo'lsa, zamonaviy tadqiqotchilar ushbu ta'rifni raqamli transformasiya kontekstida boyitib bormoqdalar.

Raqamlashtirish jarayonlarining korporativ muhitga ta'siri xususida tadqiqot olib borgan olimlardan J.Vesterman va D.Keyn raqamli madaniyatni shakllantirishda rahbarlarning roli, xodimlarning moslashuvchanligi hamda texnologik qobiliyatlar uyg'unligini alohida ta'kidlashadi. Ular raqamli iqtisodiyotda muvaffaqiyat qozongan tashkilotlarda qat'iy ierarxik boshqaruv o'rnini gorizontal kommunikatsiyalar va o'zaro ishonchga asoslangan madaniyat egallashini ilmiy jihatdan asoslab berganlar. Shuningdek, M.Kastelsning axborot jamiyati va tarmoqli tuzilmalar haqidagi nazariyalari raqamli muhitdagi ijtimoiy-iqtisodiy aloqalarning o'zgarishini tushunishda nazariy baza vazifasini o'taydi.

Mahalliy ilmiy doiralarda raqamli iqtisodiyotga o'tishning ijtimoiy-iqtisodiy jihatlari bo'yicha ko'plab tadqiqotlar amalga oshirilmoqda. O'zbekistonlik iqtisodchi olimlar tomonidan korporativ boshqaruvni raqamlashtirish, xodimlarning raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish va mehnat unumdorligini oshirish mexanizmlari bo'yicha ilmiy maqolalar va monografiyalar chop etilgan. Xususan, soha mutaxassislari raqamli iqtisodiyot sharoitida korporativ madaniyatning milliy xususiyatlar bilan uyg'unlashuvi, xodimlarning yangi texnologiyalarga psixologik tayyorligi va masofaviy ish tartibidagi boshqaruv muammolarini o'rganishga katta e'tibor qaratmoqdalar.

Shunga qaramay, mavjud adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanish sur'atlari fonida korporativ madaniyatni takomillashtirishning aniq mexanizmlarini ishlab chiqishda hali ham o'z yechimini kutayotgan ilmiy-amaliy masalalar mavjud. Ayniqsa, tashkilotlardagi an'anaviy qadriyatlarni raqamli transformatsiya bilan bog'lash, innovatsion muhitni yaratish va xodimlarni raqamli muhitda motivatsiyalash bo'yicha chuqurroq tahliliy yondashuvlar talab etiladi. Mazkur tadqiqot mavjud ilmiy qarashlarni tizimlashtirish va raqamli iqtisodiyot talablariga mos keladigan korporativ madaniyat modelini shakllantirishga qaratilgan ilmiy-amaliy izlanishlarning mantiqiy davomi hisoblanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqot jarayonida iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida korporativ madaniyatni shakllantirishning ilmiy-amaliy asoslarini ochib berish uchun kompleks yondashuvlardan foydalanilgan. Tadqiqotning metodologik asosi sifatida tizimli tahlil,

qiyosiy o'rganish va mantiqiy umumlashtirish usullari tanlab olingan bo'lib, ular mavzu mohiyatini har tomonlama yoritishga xizmat qiladi.

Tizimli tahlil usuli orqali korporativ madaniyat alohida elementlar yig'indisi emas, balki raqamli iqtisodiyot tarkibiga kiruvchi yaxlit va o'zaro bog'liq tizim sifatida o'rganilgan. Bu yondashuv raqamli transformasiyaning tashkilot ichki muhiti, xodimlar motivatsiyasi va kommunikatsiya jarayonlariga ta'sirini tahlil qilish imkonini beradi. Shuningdek, tizimli yondashuv raqamli texnologiyalar va inson omili o'rtasidagi bog'liqlikni hamda ular o'rtasidagi muvozanatni aniqlash uchun zamin yaratadi.

Qiyosiy o'rganish usuli an'anaviy boshqaruv madaniyati va raqamli davr talablariga moslashgan korporativ madaniyat modellari o'rtasidagi farqlarni aniqlashga xizmat qilgan. Bunda xalqaro ilg'or tajribalar hamda mahalliy korxonalarda kuzatilayotgan transformatsiya jarayonlari o'zaro solishtirilgan. Qiyosiy tahlil natijasida raqamli muhitda samarali ishlaydigan korporativ qadriyatlar tizimini shakllantirish uchun zarur bo'lgan universal va mahalliy jihatlar ajratib ko'rsatilgan.

Mantiqiy umumlashtirish usuli tadqiqotning har bir bosqichida olingan natijalarni tizimlashtirish va ulardan kelib chiqadigan ilmiy-amaliy xulosalarni shakllantirish uchun qo'llanilgan. Bu usul nazariy manbalar, mavjud qonunchilik hujjatlari va zamonaviy boshqaruv nazariyalari asosida korporativ madaniyatni takomillashtirishning yangi mexanizmlarini ishlab chiqishga imkon beradi.

Mazkur metodologik majmua tadqiqot natijalarining xolisligi va ishonchligini ta'minlaydi. Tadqiqotda foydalanilgan usullar korporativ madaniyatni shunchaki ijtimoiy hodisa sifatida emas, balki raqamli iqtisodiyotda tashkilotning strategik raqobatbardoshligini ta'minlovchi iqtisodiy resurs sifatida baholashga yordam beradi. Natijalarning asosli va dalillarga tayangan holda shakllantirilishi tadqiqotning amaliy ahamiyatini oshirishga va tegishli sohalar uchun aniq tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli iqtisodiyot sharoitida korporativ madaniyat shunchaki xodimlarning o'zaro munosabatlari to'plami emas, balki tashkilotning texnologik va strategik maqsadlariga erishishini ta'minlovchi hal qiluvchi resursga aylanmoqda. Raqamli transformatsiyani muvaffaqiyatli amalga oshirayotgan kompaniyalarda korporativ madaniyat an'anaviy ierarxik tizimdan voz kechib, moslashuvchanlik, shaffoflik va innovatsiyalar ruhini o'zida mujassam etgan yangi bosqichga ko'tarilmoqda.

Tahlil natijalari shuni tasdiqlaydiki, raqamli vositalar (yagona axborot platformalari, hamkorlik dasturlari) joriy etilishi xodimlarning axborotga kirishini

osonlashtirib, qaror qabul qilish tezligini oshirgan. Biroq, texnologik yangilanishlar bilan bir qatorda, korporativ madaniyatda inson omiliga e'tibor pasayish xavfi ham kuzatilmoqda. Ayniqsa, masofaviy ishlash rejimi kengaygan tashkilotlarda xodimlar o'rtasidagi psixologik bog'liqlik va jamoaviy birlik susayishi kuzatilmoqda, bu esa o'z navbatida korporativ madaniyatning uzviyligini saqlash uchun yangi yondashuvlarni talab qiladi.

Shuningdek, tahlillar innovatsion muhitni shakllantirishda xatolardan saboq olish madaniyati muhimligini ko'rsatdi. Raqamli muhitda eksperiment qilish va yangi yechimlarni tezda sinab ko'rish qobiliyati kompaniyaning bozor raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillardan biridir. Kuzatuvlarga ko'ra, xodimlari raqamli savodxonligi yuqori bo'lgan tashkilotlarda mehnat unumdorligi va kompaniyaga sodiqlik darajasi ancha yuqori ekanligi aniqlandi.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, korporativ madaniyatni takomillashtirishda eng samarali yo'l bu texnologiya va inson o'rtasidagi muvozanatni saqlashdir. Raqamli platformalar texnik vosita sifatida samaradorlikni ta'minlasi, korporativ qadriyatlar va jamoaviy ruh xodimlarni yagona maqsad sari birlashtiradi. Tahlil jarayonida shuni aniqlash mumkinki, raqamli iqtisodiyotda muvaffaqiyatga erishayotgan tashkilotlar o'z madaniyatini shaxsiy rivojlanish, doimiy o'rganish va jamoaviy hamkorlik asosida qurayotgan tashkilotlardir. Bu esa raqamli transformasiyaning texnik muammo emas, balki avvalo madaniy va boshqaruv jarayoni ekanligini yana bir bor tasdiqlaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tadqiqot shuni ko'rsatadiki, iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida korporativ madaniyat kompaniyaning muvaffaqiyati va barqaror rivojlanishini ta'minlovchi strategik aktiv hisoblanadi. Raqamli transformasiya jarayonlari nafaqat texnologik yangilanishlarni, balki boshqaruv falsafasini, xodimlar o'rtasidagi kommunikatsiya tizimini va tashkilotning qadriyatlar modelini tubdan qayta ko'rib chiqishni talab etadi. An'anaviy ierarxik boshqaruv tizimlaridan moslashuvchan, ochiq va innovatsiyalarga yo'naltirilgan madaniy muhitga o'tish raqamli iqtisodiyotda yetakchilikni saqlab qolishning yagona yo'lidir.

Tadqiqot natijalari va tahlillar asosida korporativ madaniyatni raqamli davr talablariga moslashtirish hamda takomillashtirish bo'yicha quyidagi takliflarni ilgari surish maqsadga muvofiqdir.

Birinchidan, raqamli kompetensiyalarni korporativ madaniyatning ajralmas qismiga aylantirish zarur. Tashkilotlarda xodimlarning nafaqat kasbiy ko'nikmalarini, balki raqamli savodxonligini oshiruvchi uzluksiz o'qitish tizimini yo'lga qo'yish, shuningdek, yangi texnologiyalarni o'rganishga bo'lgan intilishni rag'batlantiruvchi ichki motivatsion mexanizmlarni joriy etish lozim.

Ikkinchidan, qaror qabul qilish jarayonida ma'lumotlarga asoslangan madaniyatni (data-driven culture) shakllantirish kerak. Subyektiv yondashuvlardan voz kechib, aniq tahliliy ma'lumotlar va raqamli ko'rsatkichlarga tayanadigan boshqaruv tizimi tashkilotdagi shaffoflikni oshiradi va xodimlarda jarayonlarga nisbatan ishonchni mustahkamlaydi.

Uchinchidan, gorizontal kommunikatsiyani va jamoaviy hamkorlikni kuchaytirish zarur. Raqamli platformalardan foydalangan holda bo'linmalar o'rtasidagi axborot almashinuvini soddalashtirish, ierarxik to'siqlarni qisqartirish va xodimlarning kreativ g'oyalarini erkin ifoda etishlari uchun raqamli maydonlar yaratish tashkilot ichidagi kreativlikni rag'batlantiradi.

To'rtinchidan, masofaviy va gibril ish rejimlarida jamoaviy ruhni saqlab qolish mexanizmlarini ishlab chiqish lozim. Raqamli vositalar orqali virtual jamoaviy tadbirlarni tashkil etish, xodimlarning ijtimoiy bog'liqligini qo'llab-quvvatlash va "onlayn ofis" madaniyatini rivojlantirish orqali jamoa a'zolarining kompaniyaga bo'lgan sodiqligini ta'minlash muhimdir.

Beshinchidan, xatolardan saboq olish va innovatsiyalarga ochiqlik madaniyatini targ'ib qilish kerak. Raqamli transformasiya davrida yangiliklarni sinab ko'rish jarayonida yuzaga keladigan kichik xatolarni jazolash emas, balki ulardan o'rganish va keyingi taraqqiyot uchun dars olishni targ'ib qiluvchi muhitni shakllantirish tashkilotning innovatsion salohiyatini keskin oshiradi.

Yakuniy xulosa shundan iboratki, raqamli iqtisodiyot sharoitida korporativ madaniyatni takomillashtirish – bu texnologiya va inson omili o'rtasidagi uyg'unlikni ta'minlash jarayonidir. Texnologiyalar o'zgarishi mumkin, ammo qadriyatlar, o'zaro ishonch va jamoaviy birlik kompaniyaning o'zgarmas ustunligi bo'lib qolaveradi. Korporativ madaniyatni raqamli davrga moslashtirgan va xodimlarining ijodiy salohiyatini to'liq ochib bera olgan tashkilotlarga kelajak bozorida raqobatbardosh bo'lib qolishi shubhasizdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni. 2020-yil 5-oktabr, PF-6079-son.
2. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida kadrlar tayyorlash tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlari.
3. Shein E. H. Organizational Culture and Leadership. Jossey-Bass, 2010.

4. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. McGraw-Hill Education, 2010.
5. Westerman G., Bonnet D., McAfee A. Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press, 2014.
6. Castells M. The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture. Wiley-Blackwell, 2010.
7. G'ulomov S. S. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyot: Nazariy va amaliy masalalar. O'quv qo'llanma, Toshkent, 2020.
8. Kane G. C., Palmer D., Phillips A. N. Aligning the Organization for its Digital Future. MIT Sloan Management Review, 2016.
9. Abduvaliyev A. Raqamli iqtisodiyot sharoitida korporativ boshqaruvni takomillashtirish yo'llari. Iqtisodiyot va ta'lim jurnali, 2023.