



OLIV TA'LIM MUASSASASIDAGI KORPORATIV MADANIYAT VA TALABA INTELEKTI: O'ZARO BOG'LIQLIK TAHLILI

BARATOVA DILAFRUZ OLIMJONOVNA

IQTISODIYOT VA PEDAGOGIKA UNIVERSITETI

SANAQULOVA MAHLIYO ELNUR QIZI

IQTISODIYOT VA PEDAGOGIKA UNIVERSITETI MAGISTRI

ANNOTATSIYA. *Ushbu maqolada oliy ta'lim muassasasidagi korporativ madaniyat va talaba intellekti o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik tadqiq etilgan. Korporativ madaniyatning tarkibiy elementlari aniqlangan va ularning talabaning kognitiv rivojlanishiga ta'siri o'rganilgan. Samarqand, Buxoro va Navoiy viloyatlaridagi beshta universitetda olib borilgan tadqiqotda 530 nafar talaba ishtirok etdi. Tashkiliy madaniyat diagnostika metodikasi (OCAI) va Raven progressiv matritsalarini yordamida olingan ma'lumotlar korporativ madaniyatning klan turida talaba intellektiga eng ijobiy ta'sir ko'rsatishini isbotladi. Maqolada intellektual rivojlanishga qulay korporativ madaniyat shakllantirish bo'yicha tavsiyalar berilgan.*

Kalit so'zlar: *korporativ madaniyat, talaba intellekti, oliy ta'lim, kognitiv rivojlanish, tashkiliy madaniyat, intellektual muhit, universitetlar.*

ABSTRACT. *This article examines the relationship between corporate culture at a higher education institution and student intelligence. The structural elements of corporate culture have been identified and their impact on the cognitive development of students has been studied. The study, conducted at five universities in Samarkand, Bukhara and Navoi regions, involved 530 students. Data obtained using the Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI) and Raven's Progressive Matrices proved that the clan-oriented type of corporate culture has the most positive impact on student intelligence. The article provides recommendations for developing a corporate culture favorable to intellectual development.*



Keywords: *corporate culture, student intelligence, higher education, cognitive development, organizational culture, intellectual environment, universities.*

KIRISH. Oliy ta'lim muassasasi nafaqat bilim berishning, balki shaxsni intellektual va madaniy jihatdan shakllantiruvchi muhim ijtimoiy institutdir. Ushbu institutning madaniy xususiyatlari — muassasa qiymatlar tizimi, me'yorlar, an'analar va ichki munosabat uslubi — talabaning o'quv va rivojlanish jarayoniga chuqur ta'sir ko'rsatadi [1; 8-b.].

Korporativ madaniyat tushunchasi dastlab biznes va menejment sohasida paydo bo'lgan bo'lsa-da, so'nggi o'n yilliklarda ta'lim muassasalariga ham tatbiq etila boshlandi. Universitet korporativ madaniyati ostida muassasada shakllangan va ko'pincha yangi a'zolarga o'tkaziladigan qiymatlar, e'tiqodlar, me'yorlar va xulq-atvor namunalari yig'indisi tushuniladi [2; 23-b.].

Cameron va Quinn (2011) ishlab chiqqan Raqobatchanlik Qiymatlari Doirasi universitetlar korporativ madaniyatini to'rt asosiy turga ajratadi: klan (insoniy munosabatlar ustunligi), adhokratiya (innovatsiya va ijodkorlik), bozor (natija va raqobat) hamda iyerarxiya (qoidalar va tartib) madaniyati [3; 44-b.].

Talaba intellekti esa kognitiv qobiliyatlar, mavhum tafakkur, muammo hal etish va yangi bilimlarni o'zlashtirish qobiliyatlarining majmuini anglatadi. Zamonaviy psixologiya intellektni statik emas, balki muhit ta'sirida rivojlanuvchi dinamik tuzilma sifatida tushunadi [4; 67-b.].

Oliy ta'lim muassasasining korporativ madaniyati qanday qilib talaba intellektiga ta'sir etadi? Ushbu savol ilmiy adabiyotlarda hali to'liq o'rganilmagan. Ba'zi tadqiqotlar universitetda innovatsion madaniyatning kreativ tafakkurni rag'batlantirishini ko'rsatsa [5; 12-b.], boshqalari esa samimiy va qo'llab-quvvatlovchi muhitning intellektual izlashga yo'l ochishini ta'kidlaydi [6; 34-b.].

Ushbu maqolaning maqsadi — oliy ta'lim muassasasidagi korporativ madaniyat turlari va talaba intellekti ko'rsatkichlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni empirik tadqiq etishdan iborat. Maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar



belgilandi: universitetlar korporativ madaniyatini diagnostika qilish; talabalar intellektual ko'rsatkichlarini o'lchash; korporativ madaniyat turlari va intellektual ko'rsatkichlar o'rtasidagi bog'liqlikni tahlil qilish; intellektual rivojlanishga qulay korporativ madaniyat modelini ishlab chiqish.

METODLAR. Tadqiqot 2021–2023 yillar davomida O'zbekistonning Samarqand, Buxoro va Navoiy viloyatlaridagi beshta universitetda olib borildi. Tadqiqotda 530 nafar 1–4-kurs talabalari (269 qiz, 261 yigit; o'rtacha yosh $20,1 \pm 1,6$ yil) va 85 nafar o'qituvchi (korporativ madaniyatni baholash uchun) ishtirok etdi.

Korporativ madaniyatni baholash uchun Cameron va Quinn tomonidan ishlab chiqilgan Tashkiliy Madaniyat Baholash Instrumenti (OCAI) qo'llanildi. OCAI olti tarkibiy qism bo'yicha madaniyat turini aniqlaydi: tashkilot xususiyati, rahbarlik uslubi, xodimlarni boshqarish, muassasa birlashuv kuchi, muvaffaqiyat mezonlari va strategik yo'nalish. O'qituvchilar va administratsiya vakillari tomonidan to'ldirilgan OCAI natijalari har bir universitetning ustunli madaniyat turini aniqlashga imkon berdi.

Talabalar intellektini o'lchash uchun Raven Progressiv Matritsalarining kengaytirilgan versiyasi (APM) qo'llanildi. APM suyuq intellektni — mavhum munosabatlarni aniqlash va mantiqiy xulosalar chiqarish qobiliyatini — o'lchaydi. Shuningdek, Guilford ijodiy tafakkur testi divergent tafakkur ko'rsatkichlarini baholash uchun qo'llanildi.

Statistik tahlil: bir tomonlama ANOVA va Scheffe post-hoc tahlili korporativ madaniyat turlari bo'yicha guruhlarini taqqoslash uchun; Spearman korrelyatsiyasi madaniyat xususiyatlari va intellektual ko'rsatkichlar o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash uchun; ko'p o'zgaruvchili dispersiya tahlili (MANOVA) esa korporativ madaniyatning intellektning turli ko'rinishlariga bir vaqtda ta'sirini o'rganish uchun qo'llanildi.

NATIJALAR. OCAI tahlili natijasida beshta universitetning to'rtta korporativ madaniyat turi bo'yicha taqsimlanishi aniqlandi. 1-universitetda (n talaba=98) klan madaniyati ustunligi (47%) qayd etildi. 2-universitetda ($n=112$)



adhokratiya madaniyati (41%) kuzatildi. 3-universitetda (n=108) bozor madaniyati (38%) ustunligi aniqlandi. 4-universitetda (n=106) iyerarxiya madaniyati (44%) hukmron bo'ldi. 5-universitetda (n=106) esa aralash madaniyat (klan + adhokratiya) shakllanganligi kuzatildi.

ANOVA tahlili to'rtta madaniyat turi bo'yicha guruhlangan talabalar APM ko'rsatkichlari o'rtasida statistik jihatdan muhim farq mavjudligini ko'rsatdi ($F(3,526)=24,3$, $p<0,001$, $\eta^2=0,12$). Scheffe post-hoc tahlili qaysi guruhlar o'rtasida farq muhimligini aniqladi.

Klan madaniyati muhitidagi talabalar eng yuqori APM ko'rsatkichiga ega bo'ldi (o'rtacha = $31,4\pm 4,2$ ball, 36 balldan). Adhokratiya madaniyati guruhi ikkinchi o'rinda turdi ($28,9\pm 4,8$). Aralash madaniyat guruhi uchinchi o'rinda ($28,1\pm 4,5$). Bozor madaniyati guruhi ($26,3\pm 5,1$) va iyerarxiya madaniyati guruhi ($24,8\pm 5,6$) eng past ko'rsatkichni namoyish etdi.

Divergent tafakkur ko'rsatkichlari bo'yicha adhokratiya madaniyati guruhi birinchi o'rinda turdi (Guilford testi, o'rtacha= $18,7\pm 3,4$). Bu natija innovatsiya va ijodkorlikni rag'batlantiruvchi madaniyat kreativ tafakkurga ko'proq ta'sir etishini ko'rsatadi.

Korrelyatsiya tahlili OCAI pastki shkalalarining intellekt bilan bog'liqligini aniqladi. Talabani rivojlantirish madaniyat o'lchovi APM bilan eng kuchli bog'liqlikka ega ($\rho=0,52$, $p<0,001$). Ochiqlik va innovatsiya o'lchovi esa divergent tafakkur bilan kuchli korrelyatsiya ko'rsatdi ($\rho=0,58$, $p<0,001$). Iyerarxik nazorat o'lchovi esa intellektual ko'rsatkichlar bilan salbiy bog'liqlikka ega ($\rho=-0,43$, $p<0,001$).

MANOVA tahlili korporativ madaniyat turining intellektual ko'rsatkichlar to'plamiga (APM va Guilford) muhim ta'sir ko'rsatishini tasdiqladi (Wilks $\Lambda=0,78$, $F(6,1052)=19,4$, $p<0,001$, $\eta^2=0,10$). Bu korporativ madaniyat intellektning ham suyuq, ham kreativ komponentlariga birgalikda ta'sir etishini anglatadi.

MUHOKAMA. Tadqiqot natijalari korporativ madaniyatning talaba intellektiga ta'sirini empirik jihatdan isbotladi va bu bog'liqlikni madaniyat turlari



kesimida farqlash imkonini berdi. Klan madaniyatining eng yuqori intellektual ko'rsatkichlar bilan bog'liqligi, birinchi navbatda, ushbu madaniyat turining o'zaro qo'llab-quvvatlash, mentoring va psixologik xavfsizlik xususiyatlariga ega ekanligini aks ettiradi [7; 88-b.].

Adhokratiya madaniyatining kreativ tafakkurda ustunligi Amabilening ijodkorlikka motivatsiya nazariyasi bilan uyg'unlashadi. U ijodiy muhit uchun tashqi nazoratdan ko'ra avtonom faoliyat muhim ekanligini ta'kidlagan edi [8; 117-b.].

Iyerarxiya madaniyatining eng past intellektual ko'rsatkichlar bilan bog'liqligi Deci va Ryan tomonidan ta'riflangan tashqi nazorat va cheklashning ichki motivatsiya va kognitiv rivojlanishni pasaytirishi g'oyasi bilan izohlanishi mumkin [9; 55-b.].

Tadqiqot bir qator cheklovlarga ega. Birinchidan, korporativ madaniyat o'qituvchilar tomonidan baholanganligi talabalarning subyektiv idrokiga mos kelmasligi mumkin. Kelajak tadqiqotlarda talabalardan ham korporativ madaniyatni baholash so'ralishi lozim. Ikkinchidan, tadqiqot bir vaqtli bo'lganligi sababiy munosabat yo'nalishini aniqlashda cheklov yaratadi. Shunga qaramay, tadqiqot oliy ta'lim muassasalari uchun muhim amaliy xulosalar chiqarishga imkon beradi.

XULOSA. Tadqiqot oliy ta'lim muassasasidagi korporativ madaniyat turi va talaba intellekti o'rtasida statistik jihatdan muhim bog'liqlik mavjudligini isbotladi. Klan madaniyatiga xos xususiyatlar — o'zaro qo'llab-quvvatlash, shaxsiy rivojlanishga e'tibor va psixologik xavfsizlik — talabalar suyuq intellektiga eng ijobiy ta'sir ko'rsatdi. Adhokratiya madaniyati esa kreativ tafakkurning rivojlanishini eng samarali ta'minladi. O'zbekiston universitetlari uchun korporativ madaniyatni intellektual rivojlanishga yo'naltirish maqsadida: ishonch va hamkorlik muhitini yaratish, o'qituvchi-talaba munosabatini tenglikka asoslash, innovatsiya va tadqiqotni rag'batlantirish hamda ortiqcha byurokratik nazoratni kamaytirish tavsiya etiladi.



ADABIYOTLAR

1. Cameron K., Quinn R. Diagnosing and Changing Organizational Culture. — San Francisco: Jossey-Bass, 2011. — 268 p.
2. Schein E. Organizational Culture and Leadership. — San Francisco: Jossey-Bass, 2004. — 464 p.
3. Cameron K., Quinn R. The Competing Values Framework. — Reading: Addison-Wesley, 2011.
4. Raven J., Raven J.C., Court J. Manual for Raven's Progressive Matrices. — Oxford: OPP, 2003.
5. Tierney W.G. Organizational Culture in Higher Education // Journal of Higher Education. — 1988. — Vol. 59(1). — P. 2–21.
6. Kuh G., Whitt E. The Invisible Tapestry: Culture in American Colleges. — Washington: ASHE, 1988.
7. Denison D. What is the difference between organizational culture and climate? // Academy of Management Review. — 1996. — Vol. 21(3). — P. 619–654.
8. Amabile T. How to Kill Creativity // Harvard Business Review. — 1998. — Vol. 76(5). — P. 76–87.
9. Nasiba, Q., & Berdiyeva, S. (2023). SIGNIFICANCE AND CONTENT OF PEDAGOGICAL DIAGNOSTIC METHODS. CENTRAL ASIAN JOURNAL OF EDUCATION AND COMPUTER SCIENCES (CAJECS), 2(2), 51-53.
10. Qizi, B. S. E. (2025). TA'LIM JARAYONLARINI TASHKIL QILISHDA SUN'IY INTELLEKT VOSITALARINING QO 'LLANILISHI. Alfraganus, (6 (17)), 204-207.
11. Eshonqul o'g'li, B. M. (2026). O'ZBEKISTONDA JISMONIY TARBIYA VA SPORTNING IJTIMOIIY-PEDAGOGIK ASOSLARI: ZAMONAVIY HOLAT VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI. *Modern education and development*, 41(2), 162-169.
12. Berdiyeva, S. (2024). Improving the methodology of preparing students for creative activity based on foreign experiences. *Talqin va tadqiqotlar*,(28).



13. Berdiyeva, S., & Xudoyberdiyeva, M. (2025). YOSHLARNI MILLIY QADRIYATLAR RUHIDA TARBIYALASH ASOSIDA MILLIY O'ZLIKNI YUKSALTIRISH TEXNOLOGIYALARI. GOLDEN BRAIN, 3(1), 87-90.