НОВАЯ ЭРА НАУКИ И ЗНАНИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
global-science-review.com
editor@global-science-review.com

YANGI O‘ZBEKISTONDA MADANIYAT MUASSASALARINI STRATEGIK BOSHQARISHNING ZAMONAVIY MODELI: NAZARIY VA AMALIY YONDASHUVLAR

Tolıbava Gu’lmira Baxtiyar qizi
O‘zbekiston davlat san’at va madaniyat instituti Nukus filiali
"Madaniyat menejmenti" magistranti
Ilmiy Raxbar: Yusupov Quanishbay Baltabaevich
Filosofiya ilimleri boyinsha Filosofiya doktiri. Dotcent

Annotatsiya: Mazkur maqolada Yangi O‘zbekistonda madaniyat muassasalarini strategik boshqarishning zamonaviy yondashuvlari tahlil qilingan. Madaniyat sohasida amalga oshirilayotgan institutsional islohotlar sharoitida an’anaviy ma’muriy boshqaruvdan strategik, innovatsion va natijaga yo‘naltirilgan boshqaruv tizimiga o‘tish zarurati asoslangan. Tadqiqotda madaniyat muassasalarining strategik rivojlanishida inson kapitali, raqamli texnologiyalar, kreativ industriya, auditoriya bilan ishlash, innovatsion faoliyat va moliyaviy barqarorlikning o‘rni ochib berilgan. Shuningdek, muallif tomonidan madaniyat muassasalarini boshqarishning “7T-Madaniyat” modeli taklif etilib, uning asosiy komponentlari — maqsad, tahlil, transformatsiya, texnologiya, talent, ta’sir va taraqqiyot — ilmiy jihatdan asoslangan. Madaniyat muassasalarining faoliyatini baholashda faqat tadbirlar soni emas, balki yaratilgan madaniy mahsulot, auditoriya qamrovi va ijtimoiy-madaniy ta’sirni hisobga olish zarurligi ko‘rsatib berilgan.

Kalit so‘zlar: madaniyat muassasasi, strategik boshqaruv, innovatsiya, raqamlashtirish, inson kapitali, kreativ industriya, KPI, madaniy xizmat, auditoriya, madaniy rivojlanish.

KIRISH

Bugungi kunda madaniyat sohasi jamiyatning ma’naviy hayotini shakllantirish bilan bir qatorda, inson kapitalini rivojlantirish, yoshlarning ijodiy

salohiyatini qo‘llab-quvvatlash, kreativ industriya va madaniy turizmni rivojlantirishda ham muhim omilga aylanmoqda. Shu sababli madaniyat muassasalarini boshqarish tizimini zamonaviy talablar asosida takomillashtirish dolzarb masalalardan biridir. Yangi O‘zbekistonda madaniyat va san’at sohasini rivojlantirishga qaratilgan islohotlar madaniyat muassasalari oldiga yangi vazifalarni qo‘ymoqda. Xususan, boshqaruv samaradorligini oshirish, raqamli texnologiyalarni joriy etish, xodimlarning kasbiy kompetensiyasini rivojlantirish, madaniy xizmatlar sifatini oshirish va aholining madaniy hayotdagi ishtirokini kengaytirish strategik boshqaruvning ustuvor yo‘nalishlariga aylanmoqda. An’anaviy boshqaruvda muassasa faoliyatining samaradorligi ko‘pincha o‘tkazilgan tadbirlar soni, ishtirokchilar miqdori yoki bajarilgan topshiriqlar bilan belgilanadi. Biroq bunday yondashuv muassasaning real ijtimoiy-madaniy ta’sirini to‘liq ko‘rsatib bera olmaydi. Zamonaviy strategik boshqaruv esa “qancha tadbir o‘tkazildi?” degan savoldan tashqari “qanday madaniy qiymat yaratildi?” va “jamiyatga qanday ta’sir ko‘rsatildi?” degan savollarga ham javob berishni talab qiladi.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Madaniyat muassasasini strategik boshqarish — tashkilotning mavjud imkoniyatlarini uzoq muddatli maqsadlar bilan bog‘lash, resurslardan samarali foydalanish, tashqi muhitdagi o‘zgarishlarni hisobga olish va barqaror madaniy natijaga erishishga qaratilgan boshqaruv jarayonidir.

Madaniyat muassasasining strategik boshqaruvi quyidagi asosiy yo‘nalishlarni qamrab olishi kerak:

-strategik maqsadlarni belgilash;

-mavjud resurslarni tahlil qilish;

-inson kapitalini rivojlantirish;

-innovatsion texnologiyalarni joriy etish;

-auditoriya ehtiyojlarini o‘rganish;

-madaniy mahsulot sifatini oshirish;

-faoliyat natijalarini baholash.

Bu jarayonda madaniyat muassasasi rahbarining roli ham o‘zgaradi. Rahbar faqat ma’muriy topshiriqlarni bajarilishini nazorat qiluvchi shaxs emas, balki strateg, innovator, jamoa lideri va madaniy loyihalar menejeri sifatida faoliyat yuritishi lozim.

“7T-Madaniyat” strategik boshqaruv modeli

Tadqiqotning asosiy ilmiy yangiligi sifatida madaniyat muassasalarini strategik boshqarishning “7T-Madaniyat” modeli taklif etiladi.

Model quyidagi tarkibiy qismlardan iborat:

1. Maqsad (Target) - Muassasaning 3–5 yillik rivojlanish maqsadlarini aniq belgilash.

2. Tahlil (Tahlil) - Ichki imkoniyatlar, auditoriya ehtiyojlari, raqobat muhiti va mavjud muammolarni o‘rganish.

3. Transformatsiya - An’anaviy boshqaruv jarayonlarini zamonaviy talablar asosida qayta tashkil etish.

4. Texnologiya (Technology) - Raqamli boshqaruv, elektron xizmatlar, ma’lumotlar bazasi, KPI va raqamli monitoringdan foydalanish.

5. Talent - Xodimlarning kasbiy, ijodiy va raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish.

6. Ta’sir - Madaniy faoliyatning auditoriya va jamiyatga ta’sirini aniqlash.

7. Taraqqiyot - Muassasaning moliyaviy, institutsional va ijodiy barqarorligini ta’minlash.

Mazkur modelning muhim jihati shundaki, uning barcha komponentlari bir-biri bilan uzviy bog‘langan. Masalan, raqamli texnologiyalarni joriy etishning o‘zi yetarli emas. Undan samarali foydalanadigan malakali xodimlar va aniq strategik maqsadlar ham mavjud bo‘lishi kerak. Madaniyat muassasalarining samaradorligini

baholashda KPI tizimidan foydalanish muhimdir. Biroq madaniyat sohasida KPI faqat miqdoriy ko‘rsatkichlar bilan chegaralanmasligi kerak.

Taklif etilayotgan asosiy indikatorlar:

Yo‘nalish	Asosiy ko‘rsatkich
Auditoriya	Tashrif buyuruvchilar va qamrov darajasi
Madaniy mahsulot	Yangi spektakl, ko‘rgazma, loyiha va dasturlar
Innovatsiya	Yangi texnologiya va innovatsion loyihalar
Raqamlashtirish	Onlayn xizmatlar va raqamli auditoriya
Inson kapitali	Xodimlarning malaka oshirishi
Sifat	Auditoriya qoniqish darajasi
Ijtimoiy ta’sir	Yoshlar va aholining madaniy faolligi
Moliyaviy barqarorlik	Qo‘shimcha mablag‘ va loyiha daromadlari

Shu tariqa “faoliyat hajmi → natija → ta’sir” uch bosqichli baholash tizimi shakllantiriladi. Masalan, teatrning samaradorligini faqat yil davomida nechta spektakl namoyish etilgani bilan emas, balki spektakllarning tomoshabinlar qiziqishiga ta’siri, yangi auditoriya jalb qilinishi, yoshlar ishtiroki va madaniy-ma’rifiy natijasi bilan ham baholash lozim. Raqamlashtirish madaniyat muassasalarining strategik boshqaruvida alohida ahamiyatga ega. Zamonaviy raqamli platformalar orqali muassasa faoliyati, xodimlar samaradorligi, tadbirlar statistikasi, auditoriya faolligi va boshqa ko‘rsatkichlarni muntazam monitoring qilish imkoniyati paydo bo‘ladi.

Bunda raqamli texnologiyalar uchta asosiy vazifani bajaradi:

birinchidan, boshqaruv jarayonlarini tezlashtiradi;

ikkinchidan, ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish imkonini beradi;

uchinchidan, madaniy xizmatlarni keng auditoriyaga yetkazishga xizmat qiladi.

Shu nuqtayi nazardan madaniyat muassasasining raqamli strategiyasi nafaqat elektron hujjat aylanishi, balki raqamli kontent, onlayn auditoriya, virtual xizmatlar va raqamli madaniy mahsulotlarni ham qamrab olishi kerak.

Madaniyat muassasasining strategik rivojlanishida inson kapitali hal qiluvchi ahamiyatga ega. Chunki madaniyat sohasida asosiy natija ijodkor, tashkilotchi va professional mutaxassislarning faoliyati orqali yaratiladi. Shuning uchun xodimlarni rivojlantirish tizimi quyidagi yo‘nalishlarga asoslanishi lozim:

— muntazam malaka oshirish;

— zamonaviy menejment ko‘nikmalarini shakllantirish;

— raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish;

— kreativ fikrlashni rag‘batlantirish;

— xodimlarning innovatsion tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash.

Bunda xodimning natijadorligi faqat topshiriqni bajarish bilan emas, balki uning yangi g‘oya va loyihalarni ishlab chiqishga qo‘shgan hissasi bilan ham baholanishi maqsadga muvofiq. Madaniyat muassasalarining strategik boshqaruvida kreativ industriyalar bilan hamkorlik qilish yangi imkoniyatlarni yaratadi. Madaniy tadbirlarni turizm, dizayn, media, reklama, hunarmandchilik va raqamli kontent bilan bog‘lash orqali yangi madaniy mahsulotlar yaratish mumkin.

Bunday yondashuv madaniyat muassasasining:

— auditoriyasini kengaytirish;

— qo‘shimcha moliyaviy resurslarni jalb qilish;

— yangi ish o‘rinlarini yaratish;

— yosh ijodkorlarni qo‘llab-quvvatlash;

— hududning madaniy jozibadorligini oshirish

imkoniyatlarini kuchaytiradi.

XULOSA

Yangi O‘zbekistonda madaniyat muassasalarini boshqarish tizimini takomillashtirish zamonaviy madaniy siyosatning muhim yo‘nalishlaridan biridir.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, an’anaviy ma’muriy boshqaruv madaniyat muassasalarining zamonaviy ehtiyojlarini to‘liq qondira olmaydi. Samarali boshqaruv tizimi strategik rejalashtirish, inson kapitali, raqamlashtirish, innovatsiya, auditoriya bilan ishlash va natijadorlikni baholashning o‘zaro uyg‘unligiga asoslanishi lozim. Taklif etilgan “7T-Madaniyat” modeli madaniyat muassasalarining strategik maqsadlarini belgilashdan tortib, ularning real ijtimoiy-madaniy ta’sirini baholashgacha bo‘lgan jarayonlarni yagona tizimga birlashtiradi.

Shuningdek, madaniyat muassasalarida KPI tizimini joriy etishda faqat tadbirlar soniga emas, balki auditoriya qamrovi, xizmat sifati, innovatsion faollik, raqamli rivojlanish, xodimlar kompetensiyasi va ijtimoiy-madaniy ta’sir kabi ko‘rsatkichlarga ustuvor ahamiyat berish maqsadga muvofiq.

Umuman olganda, madaniyat muassasalarining kelajakdagi raqobatbardoshligi ularning qanchalik ko‘p tadbir o‘tkazishi bilan emas, balki qanchalik yuqori sifatli madaniy mahsulot yaratishi va jamiyatga qanday madaniy qiymat bera olishi bilan belgilanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 21-apreldagi PQ-150-son “Madaniyat va san’at sohasida boshqaruv tizimini takomillashtirish hamda xususiy sektor ishtirokini rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston — 2030” strategiyasiga oid normativ-huquqiy hujjatlari.
3. Drucker P.F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. — New York: Harper & Row, 1973.
4. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. — Boston: Harvard Business School Press, 1996.
5. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. — New York: Free Press, 1985.

6.Throsby D. Economics and Culture. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

7.Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. — Pearson Education.

8.UNESCO. Culture and Sustainable Development. — Paris: UNESCO.

9.O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik hujjatlari milliy bazasi. Madaniyat va san’at sohasiga oid normativ-huquqiy hujjatlar.