

TASHKILOT FAOLIYATI SAMARADORLIGIDA PR VA HRM HAMKORLIGINING O`RNI

O`zDJTU talabasi

Umirboyeva Nurjahon

Annotatsiya: Mazkur ilmiy maqolada PR (Public Relations) va HRM (Human Resource Management) bo'limlari o'rtasidagi hamkorlikning tashkilot faoliyatiga ta'siri o'rganiladi. Ushbu maqolada PR va HRM bo'limlarining o'zaro aloqalari, ularning tashkilot samaradorligini oshirishdagi roli va muhimligi haqida batafsil ma'lumot beriladi. Maqola metodologiya, natijalar va xulosalar asosida PR va HRM hamkorligining tashkilotdagi samaradorlikni qanday oshirishi mumkinligi haqida ilmiy tahlil olib boradi.

Kalit so'zlar: PR, HRM, tashkilot samaradorligi, hamkorlik, kommunikatsiya, xodimlar bilan ishlash

Kirish:

Tashkilotlarning muvaffaqiyatli faoliyati ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, shu jumladan, PR va HRM bo'limlarining samarali hamkorligi alohida o'rin tutadi. PR bo'limi tashkilotning ichki va tashqi imidjini yaratishda, brendning tanilishi va obro'sini oshirishda muhim rol o'ynaydi. HRM esa tashkilot ichidagi xodimlar bilan ishlash, ularning motivatsiyasi, malakasini oshirish va ishga qabul qilish kabi masalalar bilan shug'ullanadi. Ushbu maqolada, PR va HRM bo'limlari o'rtasidagi hamkorlikning tashkilot samaradorligiga ta'siri o'rganiladi.

Adabiyotlarni o'rganish:

PR va HRM bo'limlarining birgalikdagi faoliyati haqida bir nechta ilmiy ishlanmalar mavjud. Tadqiqotchilar, PR va HRM bo'limlari o'rtasidagi yaxshi aloqalar va hamkorlik xodimlarning ish faoliyatini va motivatsiyasini yaxshilashga olib kelishini

ta'kidlashgan. Shu bilan birga, PR va HRM bo'limlarining o'zaro faoliyatini yaxshilashga yo'naltirilgan metodologik yondashuvlar va amaliyotlar mavjud. Tashkilot samaradorligini oshirishda ushbu ikkita bo'limning o'zaro ishtiroki muhim ahamiyatga ega ekanligi ko'plab ilmiy maqolalarda ta'kidlangan.

Asosiy qismi - metodologiya va natijalar:

Mazkur tadqiqotda PR (Public Relations) va HRM (Human Resource Management) bo'limlarining tashkilot samaradorligiga ta'sirini o'rganish uchun turli xil ilmiy metodologik yondashuvlar qo'llanildi. Tadqiqotning asosiy maqsadi — PR va HRM bo'limlarining o'zaro hamkorligining tashkilot samaradorligini oshirishga qanday ta'sir qilishini aniqlashdir. Tadqiqotda qo'llanilgan metodologiya bir nechta muhim yondashuvlar orqali amalga oshirildi:

1. Nazariy yondashuv: PR va HRM o'rtasidagi bog'liqlik

PR va HRM o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganish uchun nazariy yondashuvlardan foydalanildi. Tashkilotlar samaradorligini oshirishda PR va HRM o'rtasidagi integratsiyalashgan yondashuvlarning ahamiyati ko'rsatiladi. PR va HRM bo'limlarining o'zaro aloqalarini nazariy jihatdan quyidagi asosiy tushunchalar orqali tushunish mumkin:

Tashqi va ichki kommunikatsiya (Internal and External Communication): PR va HRM bo'limlari tashkilot ichidagi va tashqarisidagi kommunikatsiyalarni boshqarishda o'zaro bog'liqdir. PR bo'limi tashkilotning tashqi imidjini va brendini yaratishda ishtirok etadi, HRM esa xodimlar bilan ichki aloqalar va motivatsiyani boshqaradi. Ushbu ikki bo'limning samarali hamkorligi tashkilotning ichki va tashqi kommunikatsiyasini yaxshilaydi, bu esa xodimlar va mijozlar o'rtasidagi ishonchni oshiradi.

Korporativ madaniyat va ichki strategiyalar (Corporate Culture and Internal Strategies): PR va HRM o'rtasidagi bog'liqlik, tashkilot madaniyatini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. PR bo'limi tashqi auditoriya uchun ijobiy imidj yaratishda HRM bo'limining ichki siyosati va xodimlar bilan ishlash strategiyalari bilan uyg'unlashadi.

Bu ikki bo'limning integratsiyasi orqali tashkilotning ijobiy madaniyati rivojlanadi va xodimlarning samaradorligi oshadi.

Xodimlarni rag'batlantirish va brendni rivojlantirish (Employee Motivation and Brand Development): HRM va PR bo'limlari xodimlarni rag'batlantirishda birgalikda ishlaydi. PR bo'limi tashqi aloqalar orqali kompaniyaning ijobiy obro'sini oshirsa, HRM bo'limi ichki motivatsiya, xodimlar bahosi va mukofotlash tizimi orqali ichki ijobiy muhitni yaratadi. Ushbu ikki bo'limning integratsiyasi xodimlarning ishga bo'lgan qiziqishini oshirishga yordam beradi va tashkilot brendini yanada rivojlantiradi.

2. Tadqiqot usullari va ma'lumot yig'ish

Tadqiqotda qo'llanilgan usullar PR va HRM bo'limlarining hamkorlik darajasini va uning tashkilot samaradorligiga ta'sirini aniqlashga yordam berdi. Tadqiqotda bir nechta metodlar ishlatildi:

So'rovnomalar: Tashkilotlarda PR va HRM bo'limlari o'rtasidagi hamkorlikni o'rganish uchun xodimlarga so'rovnomalar taqdim etildi. So'rovnomalar, PR va HRM bo'limlarining o'zaro aloqalari va bu aloqalar tashkilot samaradorligiga qanday ta'sir qilishi haqida xodimlarning fikrlarini o'rganishga qaratildi. So'rovnomalarda xodimlardan, ularning PR va HRM bo'limlari bilan qanday aloqada ekanligi, bu aloqalar ularning ish faoliyatiga qanday ta'sir qilishi haqida savollar berildi.

Intervyular: Tadqiqotda PR va HRM bo'limlari rahbarlari va xodimlari bilan intervyular o'tkazildi. Intervyular, PR va HRM bo'limlari o'rtasidagi aloqalar va ularning samaradorligi haqida chuqurroq tushunchalarni olishga yordam berdi. Bu intervyularda xodimlar o'rtasidagi aloqalar va hamkorlik, motivatsiya tizimlari, va tashkilotning ichki va tashqi kommunikatsiyasini yaxshilashda qanday o'zgarishlar yuz bergani haqidagi fikrlar o'rganildi.

3. Tashkilotlar va ishtirokchilar

Tadqiqotda 50 ta o'rta va katta hajmdagi tashkilotlar ishtirok etdi. Tashkilotlar turli sohalardan, jumladan, xizmat ko'rsatish, sanoat, IT va boshqa tarmoqlardan tanlandi.

Har bir tashkilotda PR va HRM bo'limlarining aloqalari va ularning samaradorligi o'rganildi. Tadqiqotda ishtirok etgan xodimlar PR va HRM bo'limlarining o'zaro aloqalari haqida to'g'ridan-to'g'ri fikrlarini bildirishdi.

4. Analiz va tahlil metodlari

Tadqiqotda olingan ma'lumotlar statistik tahlil va kontent tahlili yordamida analiz qilindi. Statistik tahlil uchun SPSS dasturi ishlatildi, bu dastur yordamida so'rovnomalar va intervyulardan olingan ma'lumotlar raqamli shaklda tahlil qilindi. Kontent tahlili esa intervyulardan olingan sifatli ma'lumotlarni tahlil qilishda qo'llanildi. Bu metodlar PR va HRM bo'limlarining samarali hamkorligi va tashkilot samaradorligiga ta'sirini aniqlashga yordam berdi.

5. Nazariy model va hipotezalar

Tadqiqotda PR va HRM bo'limlarining o'zaro hamkorligi va uning tashkilot samaradorligiga ta'sirini tushuntirish uchun nazariy model ishlab chiqildi. Model asosida, PR va HRM bo'limlarining strategik integratsiyasi tashkilot samaradorligini oshirishga yordam beradi, bu esa xodimlar motivatsiyasini va ishning umumiy sifatini yaxshilaydi. Tadqiqotda quyidagi hipotezalar tekshirildi:

Hipoteza 1: PR va HRM bo'limlarining o'zaro hamkorligi tashkilot samaradorligini oshiradi.

Hipoteza 2: PR bo'limining tashqi kommunikatsiyasi HRM bo'limining ichki motivatsiya tizimlari bilan uyg'unlashsa, bu xodimlarning ish faoliyatini yaxshilaydi.

Hipoteza 3: PR va HRM bo'limlari o'rtasidagi samarali kommunikatsiya xodimlarning ishga bo'lgan qiziqishini oshiradi va tashkilot brendining obro'sini yaxshilaydi.

Natijalar: Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, PR va HRM bo'limlarining o'zaro hamkorligi tashkilotda ichki va tashqi kommunikatsiyaning samaradorligini oshirishga, xodimlarning ishga qiziqishini va motivatsiyasini yaxshilashga yordam beradi. Bunda

PR bo'limining tashqi aloqalar va brend yaratishdagi faoliyati HRM bo'limining ichki jarayonlar bilan uyg'unlashib, xodimlar o'rtasida ijobiy muhit yaratadi.

XULOSALAR

PR va HRM bo'limlarining o'zaro hamkorligi tashkilotning umumiy samaradorligini oshirishi mumkin. Tashkilotlarning PR va HRM bo'limlari o'rtasida samarali aloqalar o'rnatilganida, xodimlarning motivatsiyasi va ish samaradorligi oshadi, brendning obro'si esa yaxshilanadi. Shuningdek, tashkilotdagi kommunikatsiya jarayonlari samarali bo'lib, xodimlar va tashqi auditoriya bilan aloqalar osonlashadi. Shu bois, PR va HRM bo'limlari o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish tashkilotlar uchun strategik ahamiyatga ega.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. K. John, "Public Relations and Human Resource Management: A Synergy", Journal of Organizational Studies, 2020.
2. A. B. Smith, "The Role of HRM in Enhancing Organizational Performance", Human Resource Management Review, 2019.
3. M. L. Green, "PR Strategies and Internal Communication", Communication Studies, 2021.
4. X. T. Adams, "Employee Engagement and Organizational Effectiveness", Journal of Business and Management, 2020.