Volume 2, Issue 2,2024

# HUDUDIY OLIY TA’LIM MUASSASALARI FAOLIYATINI IFODALOVCHI KO‘RSATKICHLAR TAHLILI

***Murodov Alisher Murodovich***
*Sharof Rashidov nomidagi*
*Samarqand davlat universiteti tadqiqotchisi*

**Annotatsiya:**Ushbu maqolada oliy ta’lim xizmatlari tizimini innovatsion rivojlanishining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati, ushbu sohada samaradorlikni oshirish bo‘yicha xalqaro tajribalardan keng ko‘lamda foydalanish, ta’lim xizmatlari bozorining konyunkturasi o‘zgarishi hamda oliy ta’lim muassasalarining malakali ilmiy salohiyatga ega bo‘lgan kadrlar bilan ta’minlash yuzasidan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.
**Kalit so’zlar:**Oliy ta'lim, oliy ta'lim xizmatlari, ta'lim xizmatlari bozori, innovatsiyalar, innovatsion faoliyat, samaradorlik,marketing, kadrlar tayyorlash.
**Аннотация**:В данной статье рассмотрена социально-экономическая значимость инновационного развития системы услуг высшего образования, широкого использования зарубежного опыта повышения эффективности в этой сфере, изменения конъюнктуры рынка образовательных услуг, предоставления высшего образования. обсуждены учреждения с кадрами с квалифицированным научным потенциалом, разработаны предложения и рекомендации.
**Ключевые слова**: Высшее образование, услуги высшего образования, рынок образовательных услуг, инновации, инновационная деятельность, эффективность, маркетинг, подготовка кадров.
**Abstract:**This state paper considers the socio-economic significance of the innovative development of the system of higher education services, the widespread use of foreign experience in improving efficiency in this area, changes in the educational services market, and the provision of higher education. discussion of the institution with personnel with qualified scientific potential, development of proposals and recommendations.
**Key words:** Higher education, higher education services, educational services market, innovations, innovative activity, efficiency, marketing, personnel training.

Innovatsion iqtisodiyot sharoitida oliy o‘quv yurtlarining asosiy mahsuloti bu – albatta, keng ko‘lamli ta’lim xizmatidir. Ta’lim xizmatlarining iste’molchilari turli maqsadli subyektlar – jismoniy shaxslar, korxonalar va tashkilotlar, ta’lim mahsulotiga ehtiyoj sezgan va uni sotib olishga qodir bo‘lgan butun jamiyat hisoblanadi. Marketing tadqiqotlari nuqtayi nazaridan iste’molchi ta’lim xizmatlarini iste’mol qilish jarayonida olingan mahsulotning umumiy qiymatini sotib oladi.

Innovatsion iqtisodiyot talablariga e’tibor qaratgan holda oliy ta’lim xizmatlari bozorida o‘zining uzoq muddatli faoliyatini rejalashtirayotgan OTM uchun muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun “narx” kategoriyasi muhim ahamiyatga ega.

Ta’lim xizmatlari bozorida marketing tadqiqotlari obyekti – bu shaxslarning qiziqishlari, didlari va ehtiyojlari hisoblanadi. Zamonaviy marketing ehtiyojlarini qondirish va ularni shakllantirish muammosiga turli yondashuvlarni o‘rganadi, ularni marketing tadqiqotlari obyekti sifatida ko‘rib chiqadi. Binobarin, OTMlari o‘z faoliyatida zamonaviy iqtisodiyotda murakkab, tez o‘zgarib turadigan iste’mol qadriyatlariga amal qilishi va ularni o‘zgartirishning asosiy tendensiyalarini kuzatishi kerak.

Yaqin vaqtgacha respublikamiz oliy ta’lim xizmatlari bozorida ta’lim xizmatlariga nisbatan qiymat tushunchasi OTMning nufuzi, uning xizmatlarining mavjudligi, litsenziyaga egaligi va shu kabi tushunchalar asosida talqin qilingan.

Oliy ta’lim va ishlab chiqarishning integratsiya jarayonlarini kuchaytirish hududiy bozorlarni rivojlantirish darajalari bilan uzviy bog‘liqdir. Hududiy bozorlarning rivojlanishini o‘rganishning obyektiv zarurati quyidagi holatlar bilan belgilanadi. Birinchidan, oliy ta’limning milliy tizimi o‘zining obektiv qonuniyatlariga muvofiq faoliyat yuritib, hududlardagi ta’lim tizimi shakllanishi va uning o‘ziga xos xususiyatlari va faoliyat yuritish jihatlarini hamda ichki elementlarini inkor qilmaydi, bu ko‘proq darajada oliy ta’lim xizmatlarining milliy va hududiy bozorlarining o‘zaro bog‘liqlikda rivojlanishga tegishlidir. Ikkinchidan, hudud bozorlari integratsiya jarayonlarining tarkibiy qismi bo‘lib, ushbu bozorlar ishtirokchilari hududdagi ta’lim tizimi bilan faol hamkorlik qiladi. Uchinchidan, oliy ta’lim xizmatlarining hududiy bozorlari hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish sharoitlari ta’sirida rivojlanmoqda.

Hozirgi kunda respublikamiz iqtisodiyotining innovatsion rivojlanishini asosi sifatida OTMlari va ilmiy tadqiqot institutlarining rolini ortib borishi hududlarda integratsiya jarayonlarni faollashishiga olib kelmoqda. Oliy ta’lim xizmatlarining hududiy bozorlarini o‘rganishning maqsadlaridan biri – hudud raqobatdosh ustunliklarni, OTMlarining hududiy innovatsion rivojlanish markazlari sifatida integratsiyalashgan tuzilmalar doirasida OTMning innovatsion marketing strategiyasi jonlanishiga ta’sir qiluvchi omillarni va natijada biznes subyektlari ishtirokchilarining o‘rnini aniqlashdan iborat.

Oliy ta’lim xizmatlari bozori ko‘p funksiyali jihatlar va xususiyatlarga ega. Qisqa muddatda uning faoliyatini asosiy maqsadi hudud aholisi va ish beruvchilarning yuqori sifatli ta’lim mahsulotiga bo‘lgan talabini ish beruvchilarni zarur kasbiy kompetensiya tarkibiga ega mutaxassislar bilan ta’minlash uchun yetarli darajada va individual iste’molchilarning talablarga muvofiq qondirishdir. Bu ta’lim mahsuloti sifatiga qo‘yiladigan talablarni mehnat bozoridan kasb-hunar ta’limi tizimiga o‘tkazish imkoniyatini nazarda tutadi. Korxona bozoriga nisbatan OTMning mahsulot portfeliga ta’sir etuvchi obyektiv omil xo‘jalik yurituvchi subyektlarning ehtiyojlari, ular erishgan texnologik rivojlanish darajasi, innovatsion faollik darajasi, hudud iqtisodiyotini rivojlantirish jarayonlari va qonuniyatlari hisoblanadi.

OTMni innovatsion marketing strategiyasini ishlab chiqishning strategik mezonlari va ko‘rsatkichlarini aniqlash uchun hududiy tadbirkorlik hamjamiyatining ehtiyojlarini e’tiborsiz qoldirib bo‘lmaydi, chunki raqobatbardosh bo‘lmagan faoliyat va tashkilotlar innovatsion loyihalarni kapitallashtirishda OTMning innovatsion mahsulotlariga qiziqish bildiradi va uni birgalikda amalga oshirishdan manfaatdor bo‘ladi. Hududning mahalliy bozorlarini tahlil qilishning strategik maqsadi ushbu bozorlar ishtirokchilarining OTMning innovatsion rivojlanishi nuqtayi nazaridan rivojlanishiga ta’siri hudud iqtisodiyotining raqobatbardoshligini hamda hududning intellektual salohiyatini shakllantirish va rivojlanish darajasini oshirish bilan bog‘liq.

Ushbu maqsadlarni oliy ta’lim xizmatlari uchun hududiy bozorning ichki va tashqi vazifalarini taqsimlash bilan belgilash mumkin:

1. Bevosita innovatsion mahsulotlarni yaratish jarayoni bilan bog‘liq bo‘lgan ichki vazifalar:

-OTMning ichki kompetensiyalarini rivojlantirish;

-OTM mahsuloti sifatini, iste’mol bozori va ishlab chiqaruvchilar bozori uchun foydaliligini oshirish;

-innovatsion marketing strategiyasini realizatsiya qilishda mavjud resurslarni taqsimlash;

-integratsion jarayonlar orqali maqsadli auditoriya bilan axborot almashinuvini tashkil etish;

-innovatsion ishlanmalar sohasida faoliyat dasturlarini ishlab chiqish va tashkiliy kompetensiyalarni yaratish;

-narx siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirish.

2. OTM maqsadiga muvofiq va innovatsion marketing nuqtayi nazaridan uning hudud iqtisodiyotiga bevosita ta’sirini aks ettiruvchi tashqi vazifalar:

-hudud tadbirkorlik subyektlarining tashkiliy kompetensiyalarini shakllantirish;

-tadqiqot muammolarini hal etish;
-moliyaviy va moddiy resurslarni jalb qilish va ularni taqsimlash;
-hududda bilimlar iqtisodiyotini yaratishda ishtirok etish.

O‘zbekiston oliy ta’lim tizimining rivojlanish holati shuni ko‘rsatmoqdaki, OTMlar o‘zlari yakka holda rivojlana olmasligini namoyon qilmoqda. OTMlari innovatsion iqtisodiyot sharoitida talab yuqori bo‘lgan malakali mutaxassislarni tayyorlash masalalarini ishlab chiqarish tuzilmalari talabiga muvofiqlikda hal qilishga qaratilgan o‘zaro manfaatli integratsion tuzilmalar tuzish uchun strategik hamkorlikni amalga oshirish yo‘lidan bormoqdalar. Shuning uchun hozirgi jahondagi barqaror bo‘lmagan iqtisodiy va siyosiy vaziyat, giperraqobat, biznes hamjamiyatini kadrlarning kasbiy malakasini oshirishning turli shakl va usullariga e’tibori kuchayib borayotgan bir sharoitda OTMlari oldidagi ustuvor vazifa manfaatdor tomonlar (bunda markaziy o‘rinni ish beruvchilar egallaydi) o‘rtasida hamkorlik munosabatlarini o‘rnatish bo‘yicha zamonaviy hamkorlik modelini shakllantirish zarur.

Shu o‘rinda Samarqand viloyatida oliy ta’lim tizimini tadbirkorlik bilan integratsiyalashuv jarayonlariga ko‘proq ta’sir ko‘rsatuvchi hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasi ko‘rsatkichlari tahliliga e’tibor qaratamiz.

Samarqand OTMlarining rivojlanishi ularning raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlarini tahlil qilishga asoslangan. Ushbu ko‘rsatkichlarni aniqlashda oliy o‘quv yurtlarining ilmiy va ta’lim faoliyatining birligini, ularning fundamental mohiyatini, innovatsiya va ilmiy-texnika taraqqiyotining ahamiyati, shuningdek, yuqori malakali kadrlarni jamiyat taraqqiyotining zarur sharti sifatida aks ettirish maqsad qilib qo‘yildi.

Bizning fikrimizcha, hudud iqtisodiyoti manfaatlarini ko‘zlab ilmiy tadqiqot va tajriba konstruktorlik ishlari va ta’lim faoliyati OTMlarining ajralmas tarkibiy qismlari bo‘lib, uning o‘ziga xos xususiyatlarini va ko‘pincha tarkibiy tuzilishini belgilaydi. Shu bilan birga, jamiyat va oliy ta’lim tizimi oldida turgan global muammolar, shuningdek, ilmiy-texnikaviy taraqqiyot dinamikasi OTMlarining innovatsion salohiyati, ularning xalqaro indikatorlardagi o‘rni va butun jamiyatni rivojlantirish markazlari sifatidagi faoliyati muhim ahmiyatga ega. Binobarin, OTMlarining faoliyati ilmiy bilimlarni ishlab chiqish, ularni realizatsiya qilish, ilmiy salohiyatni oshirish va hudud, mamlakat, jamiyatning innovatsion rivojlanishini qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan bo‘lishi zarur.

**Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. Axunova G. O‘zbekistonda ta’lim xizmatlari marketingi muammolari. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim Vazirligi, Toshkent Davlat iqtisodiyot universiteti. – T.: Iqtisod-Moliya, 2005 y. – 244 b.;
2. Баженова В.С. Непрерывное образование в условиях трансформации экономической системы. – М.: Изд. Рос. экон. акад, 2000-216 с.
3. Воронин А.В. Университет как системообразующий региональный научно-инновационный комплекс // Высшее образование в России. – 2010. – №8–9. – С. 62-68.
4. Высшее образование сегодня. 2008. № 8. Издательская группа «Логос», 2008. - С. 5.
5. Гребенюк И.И., Голубцов Н.В., Кожин В.А., Чехов К.О., Чехова С.Э., Федоров О.В. Анализ инновационной деятельности высших учебных заведений России: монография. / под. ред. И.И. Гребенюк – М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2012. – 464 с.
6. Захарова Л.В. Формирование и развитие образовательных услуг: автореф. дисс. конд. экон. наук / Белград. 2002-235с.;
7. Лукашенко М.А. Высшие учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления. – М.: Изд. Маркет ДС, 2003. -358 с.;