

OLIV TA'LIM MUASSASALARI FAOLIYATINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING USLUBIY ASOSLARI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14516425>

N.F.Odinayeva

BuxDu Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi, i.f.f.d.(PhD)

Hamroyeva Umida

BuxDu magistri

Annotatsiya

Maqolada Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini baholashning uslubiy asoslari tahlil qilinib, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishning samaradorlik parametrlari aniqlangan. Jumladan, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishni takomillashtirish bo'yicha ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar

ta'lim, oliy ta'lim, oliy ta'lim muassasalari, oliy ta'lim boshqaruv samaradorligi, oliy ta'lim faoliyatini baholash, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish.

Аннотация

В статье анализируются методологические основы оценки эффективности управления деятельностью высших учебных заведений, определяются параметры эффективности управления высшими учебными заведениями. В частности, разработаны научные предложения и практические рекомендации по совершенствованию управления деятельностью высших учебных заведений.

Ключевые слова

образование, высшее образование, высшие учебные заведения, эффективность управления высшими учебными заведениями, оценка деятельности высших учебных заведений, управление деятельностью высших учебных заведений.

Annotation

The article analyzes the methodological foundations for evaluating the effectiveness of managing higher education institutions, identifying key parameters of management efficiency in higher education institutions. In particular, scientific

proposals and practical recommendations have been developed to improve the management of higher education institutions' activities.

Keywords

education, higher education, higher education institutions, efficiency of higher education management, evaluation of higher education performance, management of higher education institutions' activities.

Kirish

Jahon iqtisodiyotining globallashuvi sharoitida oliy ta'lim muassasalari faoliyatini tashkil etish va ularni boshqarish jarayonlarining klassik usullarining transformatsiyalashuvi natijasida fan va innovatsiyalarga asoslangan boshqaruv modellari rivojlana boshladi. Bunda oliy ta'lim xizmatlari bozorining global darajada rivojlanishishi, mamlakatlar o'rtasida ishchi kuchi migratsiyasi, aqlning oqib o'tishi kabi jarayonlarning jadallashuvi bilan birgalikda, universitetlarning xalqaro reyting ko'rsatkichlariga integratsiyalashuvining tobora chuqurlashishi oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish amaliyotining transformatsiyalashuviga olib keldi.

Mavzuning dolzarbligi

So'nggi yillarda mamlakatimizda oliy ta'lim muassasalari faoliyatini tubdan isloh qilish, jumladan, ularning akademik va moliyaviy sohadagi mustaqilligini ta'minlash, aholini oliy ta'lim xizmatlari bilan qamrov darajasini oshirish, ushbu sohada ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini takomillashtirish orqali universitetlarni xalqaro reyting ko'rsatkichlaridagi o'rini yaxshilash borasidagi islohotlarga ustuvorlik qaratilib kelinmoqda. Jumladan, 2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasida ham mamlakatimiz oliy ta'lim muassasalari boshqaruvi amaliyotini takomillashtirish zaruriyatini vujudga keltiruvchi quyidagi maqsadlar belgilangan:

- oliy ta'lim bilan qamrov darajasini 50 foizga yetkazish va ta'lim sifatini oshirish;
- 2026-yilga qadar 10 ta salohiyatli oliy ta'lim muassasasini QS va THE xalqaro reytinglariga kirishga maqsadli tayyorlash;
- 2026-yilgacha nodavlat oliy ta'lim tashkilotlari sonini kamida 50 taga yetkazish.⁸¹

Tadqiqotning maqsadi jahondagi oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishning zamonaviy modellarini qiyosiy taqqoslash asosidan ulardan

⁸¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF 60-son Farmoni, 28.01.2022. <https://lex.uz/docs/5841063>

mamlakatimiz amaliyotida ijodiy foydalanish imkoniyatlariga qaratilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqot usullari. Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, tarixiylik va mantiqiylik, induksiya va deduksiya, analiz va sintez, qiyosiy va selektiv tanlab tadqiq qilish, monografik tahlil va guruhlash usullaridan foydalanilgan.

Ilmiy muammoning qo'yilishi.

O'zbekistonlik G.N. Axunova, Sh.Sh. Zaxidova, N.R. Raxmonov, X.X. Rejapov, A.O. Ergashev, A.X. Eshboyev, N.A. Qosimova⁸² kabi iqtisodchi olimlar tomonidan oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish, ko'rsatilayotgan oliy ta'lim xizmatlari sifatini oshirish, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishning iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish, oliy ta'lim xizmatlari bilan mehnat bozori o'rtasidagi o'zaro aloqadorlikni kuchaytirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar amalga oshirilgan. Shuningdek, respublika oliy ta'lim muassasalari innovatsion boshqaruvini rivojlantirishga bag'ishlangan nazariy-amaliy masalalar tizimlashtirilgan va kompleks holda, maxsus tadqiqot obyekti sifatida tadqiq etilmagan.

Asosiy natijalar

Tahlillarga ko'ra, so'nggi yillarda mamlakatimiz oliy ta'lim tizimini tubdan isloh qilish borasida keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda. Bu borada amalga oshirilayotgan islohotlar oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish jarayonini bozor iqtisodiyoti komponentlari bilan to'ldirish bilan birgalikda, innovatsion boshqaruv amaliyotiga o'tish zaruriyatini uyg'otadi. Bu orqali mahalliy oliy o'quv yurtlari boshqaruvi amaliyoti takomillashib, xalqaro reyting ko'rsatkichlaridagi o'rinlari yaxshilanishiga yerishiladi. Bunda oliy ta'lim muassasalari faoliyati boshqarish samaradorligini baholash uslubiyotlarini tadqiq yetgan holda mamlakatimiz amaliyoti uchun mos keladigan baholash amaliyotini shakllantirish talab yetiladi. Ushbu vaziyatni inobatga olgan holda, iqtisodiy adabiyotda oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini baholashning uslubiy asoslari tadqiq yetildi.

⁸² Ахунова Г.Н. Таълим хизматлари бозорида маркетинг фаолияти ва уни такомиллаштириш: и.ф.д.илмий даражасини олиш учун ёзилган дис.автореферати – Т., 2004. – Б. 45.; Захидова Ш.Ш. Олий таълим хизматлари бозорининг амал қилиш механизми самарадорлигини ошириш (Ўзбекистон материаллари мисолида). и.ф.н. ... дисс. автореферати. – Тошкент, 2012. – 23 б.; Рахмонов Н.Р. Минтакавий ижтимоий-иқтисодий ривожланиш асосида олий таълим тизимида кадрлар тайёрлаш сифатини ошириш. и.ф.д. (DSc) диссертацияси автореферати – Тошкент – 2019. 42 б.; Режапов Х.Х. Олий таълим хизматлари ва меҳнат бозори ўртасидаги муносабатларни такомиллаштириш. и.ф.ф.д. (PhD) ... дисс. Автореферати. – Тошкент – 2020. 26 б.; Эргашев А.О. Таълим тизимининг иқтисодий бошқарув асосларини такомиллаштириш. (Ўзбекистон Республикаси ўрта – махсус, касб-хунар тизими мисолида): - и.ф.н...дис. Автореферати. – Тошкент:ТДТУ,2006. – 24 б.; Эшбоев А.Х. Бозор муносабатларига ўтиш даврида таълим тизимининг миллий иқтисодий ривожлантиришга таъсири. и.ф.н. илм. дар. олиш ёзилган дис.автореферати. – Тошкент., 2008. – Б.8.; Касимова Н.А. Covid-19 и новый этап развития высшего образования. Олий таълим тараққиёти истикболлари. Ўзбекистон Республикаси олий таълим экспертларининг илмий-методик журнали. № 8. 2020. б. 15-24

Iqtisodiy adabiyotda turli korxona va tashkilotlar boshqaruvi samaradorligini baholash uslubiyoti bo'yicha amalga oshirilgan tadqiqotlarda natijaviy ko'rsatkichga ye'tibor qaratilganligini kuzatishimiz mumkin. Jumladan, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini baholashda ham aynan bu turdagi muassasalarning natijaviy ko'rsatkichlariga ustuvorlik qaratilganligi bilan ahamiyatli hisoblanadi.

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini tashkil yetish va uni boshqarishning ilmiy-nazariy asoslarini o'rganish asosida ushbu jarayonlar "Inson taraqqiyoti" yoki "Bilimlar iqtisodiyoti" konsepsiyalariga asoslanganligini ko'rishimiz mumkin bo'ladi. Inson taraqqiyoti konsepsiyasiga muvofiq, oliy ta'lim xizmatlari inson kapitalini investitsiyalash dastagi sifatida baholanadi. Inson kapitalini investitsiyalash jahon amaliyotiga ko'ra, ko'p hollarda ta'lim tizimi, jumladan, oliy ta'limda ro'y beradi. Bu yesa oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini baholashda ushbu investitsiyalarni maqsadli yo'naltirishga oid qaror qabul qilishda mazkur jarayondan kutilayotgan daromadlar va xarajatlarning diskont foizlari orasidagi farqni to'g'ri hisoblash muhim ahamiyat kasb yetadi.

Shu o'rinda M. Sattinger tomonidan oliy ta'lim xizmatlarini insonlarning daromadlari hajmiga ta'sirini baholash bo'yicha amalga oshirgan tadqiqoti natijalariga ye'tiborni qaratish maqsadga muvofiq. Unga ko'ra, individual diskont stavkasini γ deb belgilasak, inson kapitalini investitsiyalashda ta'limning samaradorlik ko'rsatkichi quyidagi formulalar orqali hisoblanadi:⁸³

$$yPVB = \sum_{i=s}^R \frac{B_i^b - B_i^a}{(1 + \gamma)^i}$$

Bu yerda, PVB - kutilayotgan daromadlar oqimini S muddat uchun diskontlangan koeffitsiyenti aniqlanadi.

Keyingi bosqichda yesa, PVS - kutilayotgan xarajatlar hajmini S muddat uchun diskontlangan koeffitsiyenti hisoblanadi.⁸⁴

$$PVC = \sum_{i=s}^U \frac{C_i}{(1 + \gamma)^i}$$

ournal of Yeconometrics, vol. 18(1), pp. 115-68.

Nazariy jihatdan baholanganda, oliy ta'lim xizmatlari insonlarning daromadlari hajmini ortishiga olib keluvchi omil hisoblanadi. M. Sattinger yesa aynan insonlar, ya'ni oliy ta'lim xizmatlari iste'molchilarini bu turdagi xizmatlardan foydalanish uchun sarflagan xarajatlarini ular olishi mumkin bo'lgan daromad hajmi bilan qancha muddatda qoplay olishi mumkinligi baholashga

⁸³ Sattinger M. (1993). Assignment models of the distribution of earnings. Journal of Economic Literature, vol. 31 (2). pp. 831-880.

⁸⁴ O'sha manba.

harakat qilgan. Ushbu baholash uslubiyotidan oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini baholashda foydalanish asosida quyidagi natijalarga yerishish mumkin bo'ladi:

- oliy ta'lim muassasalari faoliyatini tashkil yetish, uni boshqarish va ta'lim berish jarayonlarining umumiy samaradorligini baholash;
- oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish amaliyotining mehnat bozoriga yo'naltirilganligini baholash;
- oliy ta'lim muassasalari faoliyatini aholi turmush farovonligini oshirishga ta'sirini aniqlash va h.k.

M. Sattinger tomonidan amalga oshirilgan ilmiy tadqiqot natijalari keyinchalik D. Mintser tomonidan takomillashtirilib, ularni umumlashgan holdagi baholash uslubiyotini ishlab chiqadi. Bunda oliy ta'lim muassasalarining mehnat bozorida yollanib ishlovchilarni malakasini oshirish bo'yicha samaradorligi ko'rsatkichini baholangan. Unga ko'ra, samaradorlik koeffitsiyentini hisoblash uchun quyidagi modeldan foydalanish talab yetiladi: ⁸⁵

$$\ln Y_i = \ln Y_0 + \beta_1 s_i + \beta_2 k_i X_i + u_i$$

Bu yerda:

β_i – majburiy ta'limning samaradamligi normasi;

β_2 – mehnat faoliyati davomida malaka oshirishning mehnat unumdorligiga ta'siri;

S_i – i ishchi xodimning yoshi;

k_i – i intervaldagi malaka oshirishga sarflangan vaqt ulushi;

X_i – i ishchi xodimning k_i gacha bo'lgan (malaka oshirish davri) mehnat staji.⁸⁶

Yuqorida keltirib o'tilgan oliy ta'lim muassasalari faoliyatini tashkil yetish va boshqarish orqali mamlakatda inson kapitalini investitsiyalash samaradorligini baholash amaliyoti bugungi kunda ko'plab xalqaro miqyosda amalga oshirilayotgan tadqiqotlarda keng qo'llaniladi. Ushbu baholash amaliyoti har qanday mamlakat uchun xos bo'lib, mamlakatdagi oliy ta'lim muassasalari faoliyatining aholi daromadlari hajmiga ta'sirini baholash imkonini beradi. Bu yesa oliy ta'lim muassasalari faoliyatining yakuniy natijasi, ya'ni boshqa so'z bilan aytganda, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan xizmatlarning sifatini baholashni anglatadi. Bunday baholash amaliyoti, odatda, xalqaro oliy ta'lim muassasalari reyting ko'rsatkichlaridagi ish beruvchi reputatsiyasini baholashda foydalaniladi.

Iqtisodiy adabiyotda oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini baholashda uning mehnat bozorining rivojlanish tendensiyalariga

⁸⁵ James J. Heckman. Introduction to The Distribution of Earning and of Individual Output, by A.D. Roy. The Economic Journal, 125 (March). 2015. – pp. 378-402. DOI: 10.1111/eoj.12226

⁸⁶ James J. Heckman. Introduction to The Distribution of Earning and of Individual Output, by A.D. Roy. The Economic Journal, 125 (March). 2015. – pp. 378-402. DOI: 10.1111/eoj.12226

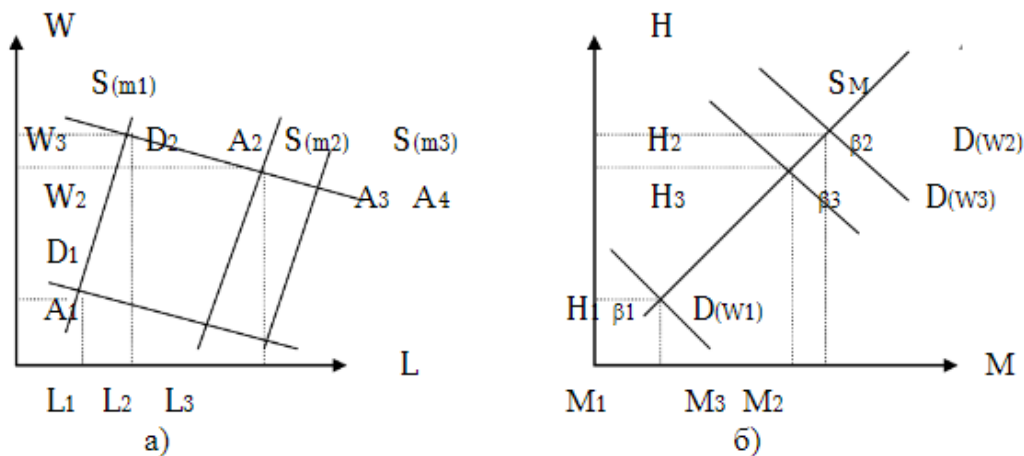
mos xizmat ko'rsatish amaliyotini ushbu ikki bozor o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikka asoslangan holda tahlil qilishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar ham ko'plab amalga oshirilgan. Jumladan, R.V. Fridmen tomonidan oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish amaliyotining mehnat bozori talablariga moslashuvchanlik modeli iqtisodiy adabiyotga kiritilgan. Ushbu modelda mehnat bozoridagi malakali ishchi kuchi taklifi hajmini (L) oliy ma'lumotli xodimning ish haqi darajasi (W) bilan oliy ta'lim xizmatlari orqali mehnat bozoriga malakali kadrlarni tayyorlashning yillik hajmiga (M) asoslangan holda baholagan va quyidagi funksiya orqali buni isbotlagan.⁸⁷

$$L = L(WM)$$

R.V. Fridmen o'zining oliy ta'lim muassasalari faoliyatining mehnat bozori talablariga moslashuvchanlik modelini ishlab chiqishda oliy ta'lim xizmatlariga bo'lgan talab hajmini (M) baholashda oliy ta'lim xizmatlaridan foydalanish uchun to'lovlar (h) bilan birgalikda oliy ma'lumotli xodimning ish haqi darajasidan (W) kelib chiqqan holda aniqlagan va bunda quyidagi funksiyadan foydalangan:⁸⁸

$$M = M(hW) \quad (1.2)$$

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishning mehnat bozori talablariga moslashuvchanlik modelini R.V. Fridmen 1.1-rasmda keltirilgan "a" va "b" chizmalar orqali asoslagan.



1.1-rasm. Mehnat (a) va oliy ta'lim xizmatlari (b) bozorlarining o'zaro moslashuvchanlik modeli⁸⁹

⁸⁷ Бурденко Е.В. Взаимосвязь рынка труда и рынка образовательных услуг. – М.: Издательство «Экономическое обозрение». Дизайн и технологии. № 1 (43). 2003. с. 238-244; Neoliberalism and Education reform / edited by E. Wayne Ross, Rich Gibson. Hampton Press, inc. CRESSKILL, NEW JERSEY. 2006. p. 302.

⁸⁸ Бурденко Е.В. Взаимосвязь рынка труда и рынка образовательных услуг. – М.: Издательство «Экономическое обозрение». Дизайн и технологии. № 1 (43). 2003. с. 238-244; Neoliberalism and Education reform / edited by E. Wayne Ross, Rich Gibson. Hampton Press, inc. CRESSKILL, NEW JERSEY. 2006. p. 302.

⁸⁹ Бурденко Е.В. Взаимосвязь рынка труда и рынка образовательных услуг. – М.: Издательство «Экономическое обозрение». Дизайн и технологии. № 1 (43). 2003. с. 238-244; Neoliberalism and Education reform / edited by E. Wayne Ross, Rich Gibson. Hampton Press, inc. CRESSKILL, NEW JERSEY. 2006. p. 302.

R.V. Fridmen mehnat bozoridagi malakali ishchi kuchiga bo'lgan talab dastlab D_1 nuqtada bo'lgan bo'lsa, keyinchalik, mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishi mehnat bozorida yuqori malakali ishchi kuchiga bo'lgan talabning ortishiga olib keladi. Natijada ta'lim xizmatlaridan foydalanish bo'yicha xarajatlar (N_1), oliy ma'lumotli xodimlarning ish haqi (W_1), oliy ta'lim muassasalari talabalari soni (M_1) mos ravishda D_2 nuqtaga ($H_1 \rightarrow H_2$; $W_1 \rightarrow W_2$; $M_1 \rightarrow M_2$) intilishini isbotlagan (1.1-rasmga qarang). Natijada mehnat bozorida yuqori malakali kadrlarga bo'lgan talab samarali qondirilishiga yerishiladi. Jumladan, mehnat bozoridagi munosabatalar ham rivojlanish tendensiyasiga yega bo'ladi.

Shu o'rinda taniqli yapon iqtisodchi olimi T. Sakayaning "Bilimga asoslangan qiymat" nazariyasiga ye'tiborni qaratish maqsadga muvofiq. Olim ushbu ilmiy nazariyani shakllantirishda mamlakat iqtisodiyotidagi yangi texnologik rivojlanish xususiyatlarini inobatga olgan holda, "bilimlar - qiymatlarni harakatlantiruvchi ustuvor kuch", degan fikrni ilgari suradi.⁹⁰ Shunga o'xshash ilmiy qarashlar amerikalik iqtisodchi olim T. Styuartning ilmiy asarlarida ham o'z aksini topgan bo'lib, u quyidagi ilmiy g'oyani ilgari suradi: "bilim - mulk orqali shaxsiylashtiriladi va yuqori daromadga yega bo'lish imkoniyatlarini kengaytiradi"⁹¹. K. Marks fikricha, yuqori malakali yollanma xodimlarning kreativ fikrlash imkoniyatlarining kengligi ishlab chiqarish samaradorligini oshirish imkonini beradi.⁹²

Tahlillarga ko'ra, oliy ta'lim muassasalari faoliyati samaradorligi sifatida mehnat bozoridagi ishchi kuchining sifat ko'rsatkichlariga oliy ta'lim xizmatlarining ijobiy ta'sir ko'rsatishi bilan birgalikda, yollanma xodimlarning kreativ fikrlash imkoniyatlari, korxonaning ishlabchiqarish samaradorligi ko'rsatkichlarini baholash talab yetiladi. Ushbu holat oliy ta'lim muassasalari faoliyati boshqaruvi samaradorligi sog'lom raqobatlashgan bozor iqtisodiyoti sharoitida u yoki bu ish beruvchining raqobat ustunligiga yerishish jarayonida namoyon bo'lishini anglatadi. Bu yesa "Bilimlar iqtisodiyoti" konsepsiyasiga muvofiq, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligi ko'rsatkichi mehnat bozoridagi ishchi kuchining sifat ko'rsatkichlari orqali baholanishidan dalolat beradi.

Jumladan, oliy ta'lim muassasalari tomonidan o'z xizmatlarini taklif qilish jarayonida iste'molchilar umumiy oliy ta'lim xizmatining mazmuni, sifati, ushbu xizmat turidan foydalanish orqali iste'molchining mehnat bozori yoki boshqa

⁹⁰ Sakaya T. The Knowledge-Value Revolution or a History of the Future / T. Sakaya. – NY, Tokyo, London: Kodansha International, 1991. – 379 p.

⁹¹ Стьюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т.А. Стьюарт. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.

⁹² Маркс К. Капитал. Критика политической экономии: в 3 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс; пер. И.И. Степанова-Скворцова. – М.: Политиздат, 1955. – Т. II. Кн. II: Процесс обращения капитала. – 350 с.

iqtisodiy faoliyati natijasida olishi mumkin bo'lgan foydalarni o'zaro qiyosiy taqqoslashga asoslanadilar. Yakka tartibda yesa iste'molchilar oliy ta'lim xizmatlaridan foydalanish uchun to'lanadigan to'lovlarni (to'lov kontrakt shartnomalari qiymati) ular oladigan ish haqiga ta'sirini qiyosiy taqqoslagan holda ushbu xizmatlardan foydalanish bo'yicha qarorlar qabul qiladilar. Bu yesa oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini oshirishda uning mehnat bozori talablariga yo'naltirilganligini ta'minlash zaruriyatini oshirib yuboradi.

Tadqiqotlar ko'rsatishicha, mamlakatimizda oliy ta'lim xizmatlariga bo'lgan yehtiyoj muayyan tanlov mexanizmiga asolangan holda tegishli oliy ta'lim muassasasiga kirish uchun qaror qabul qilish shaklida ifodalanadi. Bu turdagi qarorlarni qabul qilish ota-onalar, tanish-bilishlar, do'st-birodarlar, oliy ta'lim muassasasining nufuzi, ish beruvchilar tomonidan oliy ta'lim muassasasiga berilgan baho, bitiruvchilarning tegishli oliy ta'lim muassasasi haqidagi fikrlari kabi qator omillar bilan bog'liq hisoblanadi. Ammo mahalliy oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishda yesa mehnat bozori talablariga moslashuvchanlik yyetarli darajada yo'lga qo'yilmaganligini ko'rishimiz mumkin. Ushbu holat oliy ta'lim muassasalari bilan iqtisodiyotning real sektorida xo'jalik faoliyati yurituvchi korxona va tashkilotlar o'rtasida o'zaro yuqori malakali kadrlarni tayyorlash bo'yicha hamkorliklar to'g'ri yo'lga qo'yilmaganligidan dalolat beradi.

Masalan, xalqaro darajada tan olingan TOP-1000 talikka kiruvchi oliy ta'lim muassasalari faoliyati tahliliga ko'ra, ular bazasida ishlab chiqilgan darsliklarning foydalanish muddati 3-5 yilgacha bo'lgan muddatni tashkil yetadi. Shu bilan birgalikda, qayta nashr qilinayotgan darsliklar, o'quv-uslubiy qo'llanmalarining tarkibiy avvalgi versiyadagi nashrga nisbatan 60-70 foizga yangilangan bo'ladi. Bu yesa oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish mehnat bozoridagi o'zgarishlarga mos ravishda takomillashib borayotganligidan dalolat beradi.

Shu o'rinda Ye.V. Burdenko tomonidan amalga oshirilgan tadqiqot natijalariga ye'tiborni qaratish maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz. Olim o'z ilmiy izlanishlarida oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini baholashning iste'molchi nuqtayi nazaridan yondashuvini ishlab chiqqan hisoblanadi. Uning fikricha, oliy ta'lim xizmatlaridan foydalanish jarayonida iste'molchilar quyidagi xarajatlarni amalga oshirishlari talab yetiladi:

- birinchi, oliy ta'lim xizmatlaridan foydalanish uchun to'lov-shartnoma qiymatini to'lash;
- ikkinchi, talabalarning yetarli darajadagi kasbiy bilim, ko'nikma va malakalarni yegallashi uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish bilan bog'liq

xarajatlar (masalan, noutbuk, IOS yoki Android tizimida ishlovchi gadjet, kitoblar, kanstovarlar va h.k.);

- uchunchi, qo'shimcha malaka oshirish dasturlaridan foydalanish orqali talabning yanada chuqurroq, mukammalroq kasbiy bilim va ko'nikmalarni o'zlashtirish imkoniyatlarining kengaytirish bilan bog'liq xarajatlar.⁹³

Shu o'rinda ta'kidlash joizki, yuqoridagi xarajatlarni amalga oshirishning o'zi mehnat bozorida ishchi kuchining sifat ko'rsatkichlarini yaxshilanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatmaydi. Ushbu sanab o'tilgan xarajatlarni amalga oshirish bilan birgalikda talaba mehnat bozorida o'zi istagan va yuqori ish haqi to'lanadigan kasb yegasi bo'lishi uchun undan tegishli mehnat qilishi ham talab yetiladi. Boshqacha qilib aytganda, talaba oliy o'quv yurtlarida o'qitiladigan fanlardan baho olish maqsadida unga o'rtalitayotgan bilimlarni ma'lum bir muddatga yod olishi yemas, balki fanlarni o'z vaqtida chuqur o'zlashtira olishi, uning fikr doirasining kengayishi, tegishli holatlarda to'g'ri qaror qabul qila olish qobiliyatini shakllanitirishi, o'zidagi kreativlik xususiyatini rivojlantirish kabi harakatlarni amalga oshirishi lozim bo'ladi. Natijada oliy ta'lim xizmatlarining mehnat bozoridagi munosabatlarni rivojlantirishga bo'lgan ta'siri ortadi. Ushbu holat ham oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligi uning mehnat bozori talablariga qanchalik yo'naltirilganligi bilan izohlanadi, degan xulosaga kelish imkonini beradi.

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini baholash borasida iqtisodiy adabiyotda amalga oshirilgan tadqiqotlar natijalarini tahlil qilish asosida shuni aytish mumkinki, umumiy holda samarali boshqaruv amaliyotiga yega bo'lgan oliy ta'lim muassasalari mehnat bozori talablariga moslashuvchan bo'lishi lozim bo'ladi. Bu yesa oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishda iste'molchiga yo'naltirilgan marketing konsepsiyalaridan foydalanish zaruriyatini oshiradi.

Shu o'rinda bazaviy marketing konsepsiyasi hisoblangan "4 P" modeliga ye'tiborni qaratish maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz. Tadqiqot jarayonida aynan ushbu modelning tanlanishiga sabab boshqa turdagi marketing konsepsiyalari aynan "4 P" modeliga asoslanishi bilan izohlanadi. Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish jarayonida ushbu modeldan foydalanilishi natijasida ularning tovarlari hisoblangan oliy ta'lim xizmatlariga quyidagi talablar qo'yiladi:⁹⁴

⁹³ Бурденко Е.В. Взаимосвязь рынка труда и рынка образовательных услуг. – М.: Издательство «Экономическое обозрение». Дизайн и технологии. № 1 (43). 2003. с. 238-244

⁹⁴ Шевченко Д.А. (2005), Особенности стратегии маркетинга образовательных услуг. Маркетинг в России и за рубежом № 4 (48), С. 108–116.

- jamiyatning ayrim ijtimoiy guruhlari yoki shaxslarning ta'lim xizmatlariga nisbatan qo'ygan talablariga mos kelishi;
- jamiyatning ijtimoiy yehtiyojlariga mos ravishda ularni samarali qondirish va ayirboshlash;
- jamiyatning ijtimoiy qiyofasini rivojlantirish va aholi daromadlari ortishiga asos yaratish;
- jamiyat tarkibida aholining o'rta daromadli guruhlarining ulushini ortishini rag'batlantirish.

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish jarayonida ta'lim xizmatlarini ko'rsatish orqali yerishiladigan natija mahsulot sifatida qaralib, unga quyidagilarni kiritish mumkin bo'ladi:

- yetarli darajadagi ma'lumotga yega bo'lgan mehnat resurslari (mamlakat miqyosida yerishiladigan natija);
- ijtimoiy yo'naltirilgan ta'lim dasturlari orqali ishsizlarni kasbga o'qitish yoki qayta o'qitish (mintaqalar, hududlar kesimida amalga oshiriladi);
- yangi mutaxassisliklar bo'yicha ta'lim yo'nalishlarini ochish va kadrlar tayyorlash (oliy o'quv yurtlarida amalga oshiriladi).⁹⁵

Shu bilan birgalikda, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishda ham milliy iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida bo'lgani singari narx siyosati yuritiladi. Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish jarayonida narx siyosatini yuritishda yesa, avvalo, ta'lim tizimini moliyalashtirish manbalarini inobatga olish zarur bo'ladi. Jahon amaliyoti tahliliga ko'ra, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini moliyalashtirish quyidagi tashkilotlar tomonidan amalga oshirilishini kuzatish mumkin:⁹⁶

- davlat byudjeti (davlat granti asosida ta'lim xizmatlarini ko'rsatish);
- vazirliklar (masalan, Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi, Sog'liqni saqlash vazirligi va boshqalar);
- turli davlat tashkilotlari (qo'mitalar, muassasalar, agentliklar va boshqalar);
- mahalliy hokimiyat organlari (shahar, tuman, viloyat hokimliklarining o'z kadrlari malakasini oshirish maqsadida ta'lim xizmatlaridan foydalanishi);
- turli xalqaro tashkilotlar va fondlar tomonidan ajratiladigan grantlar;
- iqtisodiy subyektlar (yirik tashkilotlar, korporatsiyalar, sanoat korxonalari, xizmat ko'rsatish firmalari va boshqa xususiy sektorda faoliyat olib boruvchi ish beruvchilar tomonidan o'z kadrlarining ilmiy salohiyatini oshirish maqsadida ta'lim xizmatlaridan foydalanishi).

⁹⁵ Шевченко Д.А. (2005), Особенности стратегии маркетинга образовательных услуг. Маркетинг в России и за рубежом № 4 (48), С. 108–116.

⁹⁶ O'sha manba.

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish jarayonida turli marketing dasturlari (reklama, direkt-marketing, targ'ibot-tashviqot ishlari, ommaviy tadbirlar o'tkazish va boshqalar) orqali ushbu xizmatlarning insonlarning shaxsiy hayotlari, ularning kelajaklariga bo'lgan ijobiy ta'siri haqidagi ma'lumotlarni to'liq va mukammal holda jamiyat a'zolariga yetkazish nazarda tutiladi. Bunda aksariyat holatlarda ommaviy axborot vositalari xizmatlaridan foydalaniladi. Ta'lim xizmatlari reklamasi uchun xos bo'lgan jihatlar 1.3-jadvalda keltirib o'tildi.

1.3-jadval

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishda ta'lim xizmatlari reklamasiga xos jihatlar⁹⁷

	Ta'lim xizmatlari reklamasi
Maqsad	Ijtimoiy, siyosiy, madaniy, davlat va mintaqaviy ahamiyat kasb yetuvchi maqsadlarga yerishishga qaratilgan
Vazifalar	Ijtimoiy ustuvorliklar va kelajakdagi sodir bo'lishi kutilayotgan o'zgarishlarni inobatga olinishi
Motivatsiya (rag'bat)	Mehnat bozoridagi muammolarning mohiyatini ochib berish
Mohiyat	Jamiyatning ta'lim xizmatlariga bo'lgan qarashi va fikrlarini shakllantirish
Natija	Insonlarga shaxsni rivojlanishida ta'lim xizmatlarining zaruriyatini anglatish

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish jarayonida ta'lim xizmatlari ko'rsatish nuqtalarini tanlash – bunda ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishda aholiga ko'rsatiladigan xizmatlarni tashkil yetish nuqtalari aniqlanadi. Masalan, oliy ta'lim muassasalarini joylashtirishda, odatda, oliy ta'lim xizmatlariga bo'lgan talabdan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi.

Amalga oshirilgan tahlillar natijalariga tayangan holda, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishning marketing konsepsiyasi nuqtayi nazaridan samaradorligini baholashda iqtisodiy samaradorlik va ijtimoiy samaradorlik ko'rsatkichlarini aniqlash mumkin, degan xulosaga kelindi (1.4-jadvalga qarang).

1.4-jadval

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishning marketing konsepsiyasi bo'yicha samaradorlik ko'rsatkichlari⁹⁸

Marketing samaradorligi	Darajalar	
	Mamlakat miqyosida	Oliy ta'lim darajasida

⁹⁷ Muallif tomonidan tuzilgan.

⁹⁸ Muallif tomonidan tuzilgan.

ko'rsatkichlari		
Iqtisodiy samara	Miliy daromadning ortishi	Oliy ta'lim muassasasi daromadining ortishi
	Infratuzilmaning rivojlanishi	Aholiga ko'rsatilayotgan ta'lim xizmatlari hajmining ortishi
	Iqtisodiyot tarmoqlarining rivojlanishi va tarmoqlarni mahalliy lashtirish	Yangi mutaxassisliklarning ochilishi va kadrlar tayyorlashni takomillashtirish
	Mintaqalarning rivojlanishi	Ta'lim sohasining rivojlanishi
Ijtimoiy samara	Jamiyatning ijtimoiy qiyofasini rivojlantirish	Oliy ta'lim muassasasi maqomining ortishi
	Investitsion jozibadorlikning ortishi, investitsiyalarni o'zlashtirish jarayonining kengayishi	Fuqarolarning so'nggi o'zgarishlardan xabardor bo'lishi
	Aholi madaniyatining rivojlanishi	Mamlakatda sadoqatli fuqarolikni shakllantirish va rivojlantirish
	Aholi o'rtasida pozitiv ijtimoiy-psixologik muhitning shakllanishi va rivojlanishi	

Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligining uslubiy asoslarini tadqiq yetish asosida ular boshqaruvi faqatgina iste'molchiga, ya'ni mehnat bozori talablariga yo'naltirilgan taqdirdagina samarali deb baholanishi mumkin, degan xulosaga kelindi. Bunda oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishda marketing bo'limlari faoliyatida bozor tadqiqotlari, ya'ni mehnat bozoridagi yuqori ma'lumotli kadrdarga bo'lgan mavjud talab va kelajakda bu borada sodir bo'lishi kutilayotgan o'zgarishlarni tadqiq yetishi, ish beruvchilar bilan kadrlar tayyorlash borasidagi hamkorlik munosabatlarini o'rnatilishiga ustuvorlik qaratilishi talab yetiladi.

Xulosa va takliflar

oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligini oshirishda uning mustaqilligini ta'minlash muhim ahamiyat kasb etadi. Oliy ta'lim muassasalari o'z ichki imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda mamlakat iqtisodiy rivojiga mehnat bozoridagi yuqori malakali kadrlarga bo'lgan ehtiyojning tegishli qismini qondirish orqali hissa qo'shishlari talab etiladi. Bunda ularning ham akademik ham moliyaviy sohadagi mustaqilliklarini ta'minlash talab etiladi;

- oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarishda ularga mustaqillikning berilishi ushbu jarayonlarning bozor iqtisodiyoti komponentlari bilan

to'yintirilishiga olib keladi. Natijada oliy ta'lim xizmatlari bozorida sog'lom raqobat kurashi shakllanib, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish amaliyotini takomillashtirilishiga ustuvorlik qaratiladi;

- oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish iqtisodiy kategoriyasining mazmun-mohiyatini tushuntirishga qaratilgan ilmiy tadqiqot natijalarini tadqiq qilish asosida, unga berilgan mualliflik ta'riflari tadqiqot obyektidan kelib chiqqan holda amalga oshirilganligi sababli, iqtisodiy adabiyotda haligacha ushbu tushunchaning mazmunini yoritishda yagona bo'lgan ilmiy qarash shakllanmagan, degan xulosaga kelindi;

- fikrimizcha, oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish – ta'lim xizmatlari bozoridagi mavjud talabni mehnat bozoridagi talab bilan o'zaro mutanosibligini ta'minlashga qaratilgan ta'lim jarayonlarini tashkil etish bilan bog'liq bo'lgan barcha ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar tizimini qamrab oluvchi va muntazam takomillashib boruvchi jarayon hisoblanadi;

- oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligi ko'rsatkichlari boshqa sohalarda bo'lgani singari xo'jalik faoliyati yuritishning yakuniy natijalari, ishlab chiqarilgan mahsulot sifati, uning narxi va bozorning qamrov darajasidan kelib chiqqan holda baholanadi. Oliy ta'lim muassasalari faoliyatini boshqarish samaradorligi ko'rsatkichi esa uning quyidagi natijaviy ko'rsatkichlari orqali baholanadi: oliy ta'lim xizmatlarining aholi turmush farovonligi ko'rsatkichining ortishiga bo'lgan ta'siri; korxona mehnat unumdorligining ortishi; oliy ta'lim muassasalari faoliyatining iste'molchiga, ya'ni mehnat bozori talablariga yo'naltirilganligi;

ADABIYOTLAR RO'YHATI:

Abdulloev, A. J. (2023). THE ROLE AND IMPORTANCE OF STRATEGIC PLANNING IN MARKETING.

Абдуллаева, Х. Н. (2024). МАХАЛЛИЙ КОРХОНАЛАР ФАОЛИЯТИДА МАРКЕТИНГ ДАСТУРЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ АМАЛИЁТИ ТАҲЛИЛИ ВА УНИНГ САМАРАДОРЛИК КЎРСАТКИЧЛАРИ. *Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting*, 4(05), 1-9.

Abdullayeva, H. (2024). KORXONA FAOLIYATIDA INNOVATION MARKETINGDAN FOYDALANISH. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 49(49).

Axrorovna, B. M. (2022). The Importance of Digitizing the Tax System. *European Journal Of Business Startups And Open Society*, 2(11), 1-5.

Giyazova, N. B. (2024). INCREASING THE EFFICIENCY OF WASTE RECYCLING IN THE ECONOMY OF OUR COUNTRY. *MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH*, 3(34), 455-461.

Giyazova, N. B., & Sh, B. S. (2024). ZAMONAVIY RAQAMLI IQTISODIYOTDAGI MUAMMOLAR VA CHORA-TADBIRLAR. *Science and innovation*, 3(Special Issue 42), 482-489.

Gulchehra, N. (2023). The Role Of Creative Marketing In Creating Modern Brands. *Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz)*, 34(34).

Choriyeva, N. K., & Mohinabonu, M. (2024). MAMLAKATIMIZ IQTISODIY O'SISHIDA SANOAT TARMOQLARINING HISSASI. *FORMATION OF PSYCHOLOGY AND PEDAGOGY AS INTERDISCIPLINARY SCIENCES*, 3(29), 218-224.

Чориева, Н. К., & Равшанов, М. (2024). МАМЛАКАТИМИЗДА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ СОҲАСИДАГИ ИСЛОҲОТЛАР ЖАРАЁНИ ВА ЭРИШИЛГАН ИСТИҚБОЛЛИ НАТИЖАЛАР. *INTELLECTUAL EDUCATION TECHNOLOGICAL SOLUTIONS AND INNOVATIVE DIGITAL TOOLS*, 3(27), 133-139.

Dustova, A. K. (2022). Features of the Introduction of Marketing Logistics in the Development of an Enterprise in a Competitive and Market Economy. *European Journal Of Business Startups And Open Society*, 2(11), 45-48.

Junaydulloyevich, A. A., Bakhriiddinova, A. N., & Rasul-qizi, Q. D. (2022). TURIZM VA MEHMONXONA XO'JALIGI KORXONALARINING MARKETING KOMMUNIKATSIYALARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI TAKOMILLASHTIRISH. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 949-953.

Navruzzoda, Z. B. (2023). AREA MARKETING IS A TOOL TO MOVE LOCATIONS TO CUSTOMERS. *STUDIES IN ECONOMICS AND EDUCATION IN THE MODERN WORLD*, 2(10).

Niyozova, I. N., & Shodibekov, U. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BOJXONA TIZIMINI AVTOMATLASHTIRISH. *INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM*, 5(40), 619-623.

Niyozova, I. (2023). Digitalization-Merits And Demerits On The Whole Society. *Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz)*, 38(38).

Tairova, M. M., Narzullayeva, G. S., & Odinayeva, N. F. (2021). Foreign Experience in Ensuring High Competitiveness of Economists in Higher Education.

Таирова, М. М., & Зойитов, Д. (2024). ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ. *Science and innovation*, 3(Special Issue 42), 371-376.

Hakimovna, U. M., & Muhammedrisaevna, T. M. S. (2023). Audit and Marketing Audit in Small Business and Private Entrepreneurship: The Order and Process of Inspection.

Sayfullayeva, M. (2023). Establishment Of Agritourism Clusters In Uzbekistan Based On The Principles Of Sustainable Tourism. *Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz)*, 35(35).

Sharopova, N. (2024). Tadbirkorlik faoliyatida istemolchilar xulq-atvorini o'rganish bo'yicha tadqiqotlarni takomillashtirish. *YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT*, 1(5).

Sharopova, N. (2023). MILLIY IQTISODIYOT RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA BIZNESNI KENGAYTIRISHGA QARATILGAN MARKETING TADQIQOTLARINING ZAMONAVIY TENDENTSIYALARI. *Nashrlar*, 319-322.

Sharopova, N. (2023). TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA ISTE'MOLCHILAR TADQIQOTINI O'TKAZISHDA CRM TIZIMLARINING ROLI. *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*, 1(4), 50-56.