



“OLIV TA'LIM BOZORIDA ISHTIROKCHILARNING XULQ-ATVORI: TALABALAR, UNIVERSITETLAR VA ISH BERUVCHILAR O'RTASIDAGI O'ZARO TA'SIRLAR”

Xalmurzaeva Naima Fatixovna

Katta o'qituvchi, Menedjment va marketing kafedrası

Toshkent Kimyo Xalqaro Universiteti

Toshkent, O'zbekiston

Naima.khalmurzaeva@gmail.com

ORCID: 0009-0004-9176-6825

BEHAVIOR OF PARTICIPANTS IN THE HIGHER EDUCATION MARKET: INTERACTION BETWEEN STUDENTS, UNIVERSITIES, AND EMPLOYERS

Naima Fatikhovna Khalmurzaeva

Senior Lecturer, Department of Management and Marketing

Kimyo International University in Tashkent

Tashkent, Uzbekistan

Naima.khalmurzaeva@gmail.com

ORCID: 0009-0004-9176-6825

JEL Classification: I25, J21

Annotatsiya: Ushbu maqola zamonaviy oliy ta'lim tizimidagi murakkab dinamikalarni o'rganib chiqadi, bunda talabalar, universitetlar va ish beruvchilar kabi asosiy ishtirokchilarning xulq-atvori va o'zaro aloqalari muhim ahamiyatga ega. Har bir ishtirokchining o'ziga xos motivatsiyalari, kutilgan talablar va ta'sir ko'rsatuvchi omillar batafsil tahlil etiladi. Talabalar uchun oliy ta'lim muassasini tanlash motivatsiyasi obro', ta'lim sifati, joylashuv, o'qituvchilar tarkibi va ishga joylashish imkoniyatlari kabi bir nechta omillarga bog'liq. Shuningdek, talabalar ta'lim jarayonidagi faoliyatlari, o'quv natijalaridan umid qilinadigan natijalar va kelajakdagi ishga joylashish umidlari ularning xulq-atvoriga ta'sir ko'rsatadi. Universitetlarning faoliyatini ko'rib chiqish, ta'lim xizmatlarini taklif etish, marketing strategiyalaridan foydalanish va bitiruvchilarni ishga

joylashtirishda qo'llab-quvvatlash kabi jihatlarni o'z ichiga oladi. Maqolada universitetning raqobatbardoshligini oshirish, talabalar ehtiyojlariga moslashish va ta'lim sifati doimiy ravishda oshirish zarurligi ta'kidlanadi.

Ish beruvchilarning xulq-atvorini tahlil qilishda esa talab qilinadigan ko'nikma va bilimlar, ta'lim sifati bo'lgan talablar va universitetlar bilan hamkorlikdagi qiziqish masalalari ko'rib chiqiladi. Zamonaviy ish beruvchilarning ehtiyojlari bitiruvchilarning amaliy ko'nikmalariga va shaxsiy fazilatlariga alohida e'tibor berishni taqozo etadi.

Maqola oliy ta'lim bozoridagi ushbu uch asosiy ishtirokchi o'rtasidagi o'zaro ta'sirlarni o'rganadi. Oliy ta'lim tizimini rivojlantirish va raqobatbardosh mutaxassislar tayyorlash uchun, barcha manfaatdorlarga hamkorlik qilish va ularning ehtiyojlarini inobatga olish zarurligini ta'kidlaydi.

Abstract: This article explores the complex dynamics within the modern higher education system, where the behavior and interactions of key participants such as students, universities, and employers play a critical role. The unique motivations, expected requirements, and influencing factors of each participant are analyzed in detail. For students, the motivation for influence their behavior. The examination of university operations includes aspects such as offering educational services, using marketing strategies, and providing support for graduates in their job placements. The article emphasizes the necessity of increasing a university's competitiveness, adapting to student needs, and continually improving the quality of education.

The analysis of employer behavior includes an examination of required skills and knowledge, demands on the quality of education, and interest in collaboration with universities. The needs of modern employers require particular attention to graduates' practical skills and personal qualities.

This article also explores the interactions among these three key participants in the higher education market. It highlights the importance of cooperation and considering the needs of all stakeholders to develop the higher education system and prepare competitive professionals.

Kalit so'zlar. Oliy ta'lim bozori, talaba xulq-atvori, oliy ta'lim muassasalari (OTM), ta'lim xizmatlari, marketing strategiyalari, o'quv jarayoni, bitiruvchilarning ishga joylashishi, mehnat bozori, talabalar motivatsiyasi, ta'lim sifati, ish beruvchilarning talablari, OTMlar bilan hamkorlik, amaliy ko'nikmalar.

Keywords. Higher education market, student behavior, higher education institutions (HEIs), educational services,

choosing a higher education institution depends on several factors, including reputation, quality of education, location, faculty composition, and employment opportunities. Furthermore, students' activities in the educational process, anticipated learning outcomes, and future employment expectations

marketing strategies, educational process, graduate employment, labor market, student motivation, quality of education, employer requirements, collaboration with HEIs, practical skills.

Kirish. Oliy ta'lim ko'plab ilmiy fanlar e'tibor markazida turadi. Ijtimoiy institut sifatida u asos bo'lib, uning jamiyatning shakllanishi va taraqqiyotiga ta'siri qadrsizdir. Ta'lim tizimining o'zgarishi jamiyatning o'zgarishi jarayoni bilan o'zaro bog'liq va bir-biriga ta'sir ko'rsatadi. Asosiy vazifalarini bajarishga qaramay, ta'lim instituti eng barqaror ijtimoiy institutlardan biri bo'lib qolmoqda. Biroq so'nggi bir necha o'n yilliklar davomida sodir bo'lgan ijtimoiy jarayonlardagi o'zgarishlar uning ishlash shartlarini sezilarli darajada o'zgartirdi [11].

Oliy ta'lim iqtisodiy o'sish jarayonida muhim va ko'p jihatdan ta'sir etuvchi omil hisoblanadi. Ta'lim tizimining, xususan, oliy ta'limning roli iqtisodiyotning barqaror rivojlanishidan ajralmasdir. Oliy ta'lim, avvalo, yuqori malakali kadrlarni tayyorlashga xizmat qiladi. Saidova [2] ta'kidlaganidek, zamon talablariga mos keladigan, zamonaviy bilim va ko'nikmalarga ega bo'lgan muxandis-texnologlar, iqtisodchilar, korporativ boshqaruv mutaxassislari, marketing bo'yicha mutaxassislar va axborot texnologiyalari sohasida dasturchilarni tayyorlashni kuchaytirish zarurati mavjud. Shu bilan

birga, bu sohalarda iqtidorli yoshlarni qo'llab-quvvatlashga ehtiyoj bor. Oliy ta'lim tizimi iqtisodiy rivojlanishni ta'minlovchi, yuqori sifatli mutaxassislarni ishlab chiqarishga hissa qo'shadi. Bu jarayon, o'z navbatida, barqaror iqtisodiy o'sishga olib keladi.

keng qamrovda o'rganilmoqda. Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi oliy ta'lim xizmatlari bozorida iste'molchilarning xulq-atvorini ta'sir etuvchi omillarni aniqlashdir.

Material va metod. Hozirgi zamonaviy va raqobatbardosh iqtisodiyot oliy ta'limdan yuqori malakali, har tomonlama yetuk kadrlarni talab qilmoqda. Bu talab jamiyatga sifatli, kelajakda ishga joylashtirishda qiyinchilik tug'dirmaydigan kadrlar tayyorlash muammosini o'z ichiga oladi. Ushbu muammo iqtisodiyotning tez o'zgaruvchan tabiati, texnologik rivojlanishlar va global raqobatning kuchayishi bilan bog'liq.

Oliy ta'lim tizimi jamiyatga sifatli kadrlar tayyorlashda muhim rol o'ynaydi. Biroq, hozirgi kunda ko'plab oliy ta'lim muassasalari talabalarga faqat nazariy bilimlarni berishga e'tibor qaratmoqda, amaliy ko'nikmalar va ishga tayyorlik esa chetda qolmoqda. Bu holat talabalar uchun kelajakda ishga joylashtirishda muammolar yuzaga kelishiga olib keladi. Shuning uchun ham hozirda OTM va ish beruvchi o'rtasidagi munosabatlarning mexanizmini ishlab chiqish tobora aktuallashtirib bormoqda.

Yangi dinamik o'zgaruvchan ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarda samarali ishlashga qodir bo'lgan malakali universitet bitiruvchilari tobora ommalashib bormoqda. Ularni tayyorlash jarayonida shaxsga va salohiyatga yo'naltirilganlik yetakchi o'rinni egallaydi, bu esa kasbni o'zlashtirish davrini sezilarli darajada qisqartirish va raqobatbardoshlikni oshirish imkonini

Oliy ta'lim bozori jamiyatning ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanishida muhim ahamiyatga ega. Ta'lim xizmatlari sohasida ishtirokchilar, talabalarning, universitetlarning va ish beruvchilar o'rtasidagi o'zaro aloqalar kabi masalalar

beradi. Ushbu talablar orasidan asosiy sifatida quyidagilarni ajratib ko'rsatishimiz mumkin: salohiyat, moslashuvchanlik, mobilik va innovatsionlik [6].

Lisenko fikricha [9], oliy o'quv yurtlari xizmatlarining asosiy tashqi iste'molchilari — oliy o'quv yurtlari bitiruvchilarini ishga qabul qiladigan va ulardan innovatsion iqtisodiyot hamda jamiyat rivojlanishi talablariga mos keladigan professional kompetensiyalar majmuasiga ega bo'lishlarini kutadigan ish beruvchilar (korxonalar, tashkilotlar, davlat hokimiyati organlari va boshqalar) hisoblanadi. Shu bois, oliy ta'lim muassasalari o'z dasturlarini ish beruvchilarning talablariga moslashtirishga va bitiruvchilarning amaliy ko'nikmalari hamda kompetensiyalarini rivojlantirishga alohida e'tibor berishga muhtoj. Bunday yondashuv bitiruvchilarning mehnat bozorida raqobatbardoshligini oshiradi, ishga joylashish imkoniyatlarini yaxshilaydi hamda innovatsion iqtisodiyotning rivojiga hissa qo'shadi. Shuningdek, oliy ta'lim muassasalari ish beruvchilar bilan hamkorlikni kuchaytirib, ularning ehtiyojlarini va talablarini chuqur o'rganish orqali ta'lim sifatini yanada yaxshilashga intilishlari zarurdir. Shu borada Shevelyovning [12] "Ta'lim xizmatlari bozorida bugun yangi o'yinchi - ish beruvchi paydo bo'ldi" degan firki ham juda o'rinli. Chunki, bugungi kunda ish beruvchilar faqatgina ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini ishga qabul qilish bilan

cheklanib qolmay, balki ta'lim jarayoniga ham faol aralashmoqda. Ular o'z xodimlarining malakasini oshirish, yangi ko'nikmalarni shakllantirish va hatto ta'lim dasturlarini ishlab chiqishda ham ishtirok etmoqdalar.

Bugun nafaqat jamiyat uchun zarur bo'lgan mutaxassislarni tayyorlash, balki ularning ishga joylashishiga, moslashishiga va karyera qurishiga ham ko'maklashish zarur [5]. Bugungi kunda nafaqat mutaxassislarni tayyorlash, balki ularning ishga joylashishi, moslashishi va karyera qurishiga ko'maklashish zarurligi haqidagi fikr ushbu nuqtai nazardan juda muhim. Sababi ish beruvchilar nafaqat yaxshi bilimga ega, balki tez moslasha oladigan, jamoada ishlashni biladigan va o'z karyerasini rejalashtira oladigan mutaxassislarga muhtoj. Bitiruvchilarning ishga joylashish imkoniyatlarini oshirish uchun esa, ularga ish izlash va o'zini ko'rsatish ko'nikmalarini o'rgatish kerak.

Oliy ta'limdagi kamchiliklar sababli yuzaga keladigan iqtisodiy muammolarni hal qilish, oliy o'quv yurtlari tizimini optimallashtirish va ta'lim xizmatlari bozoridagi barcha ishtirokchilarning manfaatlarini muvofiqlashtirish sohasida yotadi. Muvofiqlashtirish uchun esa, ta'lim jarayonining har bir manfaatdor tomonining motivatsiyasi, umidlari va talablarini tushunish kerak (Brovkin 2018). Shunday ekan, bir tomon bu yuqorida ta'kidlanganidek, ish beruvchi bo'sa, boshqa manfaatdor tomon bu talabaning o'zi hisoblanadi.

Yuqori raqobatli oliy ta'lim bozori sharoitida talabaga iste'molchi sifatida qarash maqsadga muvofiqdir. Talaba turli OTMlar taklif etayotgan ta'lim xizmatlarini baholash orqali o'z ehtiyojlari va imkoniyatlariga mos keladiganini tanlaydi.

Bozor mexanizmlarining joriy etilishi oliy ta'lim muassasalari o'rtasida talabalar uchun kurashni kuchaytirmoqda. Chunki hozirgi kunda oliy o'quv yurtlarining vazifasi har qanday tijorat tashkilotiniki bilan bir xil - manfaatdor tomonlarning ehtiyojlari va umidlarini qondirishga asoslangan barqaror muvaffaqiyatga erishishdir [8]. Shu bois, oliy ta'lim muassasalari o'zlarining ta'lim dasturlarini, o'qitish metodlarini, ta'lim muhitini va infratuzilmasini doimiy ravishda yaxshilashga intilmoqda. Talabalarning ehtiyojlari va talablarini o'rganish, ta'lim sifatini yanada oshirish, bitiruvchilarni ish bilan ta'minlash va ularning raqobatbardoshligini kuchaytirish - bular hammasi oliy ta'lim muassasalari uchun muhim vazifalarga aylanmoqda. Hozirgi kunda OTMlar nafaqat o'z obro'si va akademik muvaffaqiyatlari bilan, balki talabalarga taqdim etayotgan imkoniyatlari bilan ham raqobatlashmoqda. Bu jarayon esa, o'z navbatida, oliy ta'lim tizimida yangi standartlar va takliflarning paydo bo'lishiga olib kelmoqda. Raqobat kurashida ishtirok etayotgan oliy ta'lim muassasasi abituriyentlarning OTMni tanlash bilan bog'liq barcha tendensiyalarni tezkorlik bilan kuzatib borishi, yangi o'qitish metodikalarini ishlab chiqishi, abituriyentlarni jalb qilish bo'yicha tadbirlar tashkil etishi, talabalarga ishga joylashish imkoniyatini taklif etishi va boshqa shu kabi ishlarni amalga oshirishi lozim [4]. Talabalar uchun zamonaviy va qiziqarli ta'lim muhitini yaratish, ularning malaka va ko'nikmalarini oshirish bilan birga, raqobatbardosh bo'lishlariga yordam berishda oliy ta'lim muassasalarining roli juda muhimdir. Bu esa, ta'lim sifatini yanada oshirishga hamda mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatishga xizmat qiladi. Demak, Brovkin [7] ta'kidlaganidek, zamonaviy bilimlar jamiyatida asosiy maqsad talabalarga berilayotgan

ma'lumotlarni maksimal darajada ko'paytirish emas (kompyuter elektron resurslari "tashqi xotira" vazifasini yaxshi bajara oladi), balki "bilimga chanqoqlikni uyg'otish" bo'lishi kerak.

Natijalar. Oliy ta'lim bozorida ishtirokchilarning xulq-atvori doirasida talabalar, universitetlar va ish beruvchilar o'rtasidagi o'zaro ta'sirlarni o'rganib chiqar ekanmiz, uch tomonning xulq atvorini alohida alohida ajratib ko'rsatish lozim.

Talabalarning xulq-atvori. Oliy ta'lim muassasasini tanlash - har bir abituriyent

- **Ta'lim sifati.** Ta'lim sifati - bu o'quv dasturlarining zamonaviyligi, o'qitish uslublarining samaradorligi va o'quv muhitining qulayligidir. Talabalar uchun sifatli ta'lim olish - nafaqat nazariy bilimlarni egallash, balki amaliy ko'nikmalarni shakllantirish va shaxsiy rivojlanish imkoniyatiga ega bo'lish demakdir. Sifatli ta'lim talabalarga tanlagan sohalarida

uchun muhim qaror bo'lib, ushbu tanlovga ta'sir etuvchi ko'plab omillar mavjud. Talaba xulq-atvori quyidagi jihatlardan iborat:

• **OTM tanlash motivatsiyalari:** Zamonaviy dunyoda oliy ta'limga intilish nafaqat shaxsiy o'sish ehtiyoji, balki raqobatbardosh mehnat bozorida muvaffaqiyat qozonish garovi hamdir. Oliy ta'lim muassasasini tanlash - har bir abituriyent uchun muhim qaror bo'lib, ushbu tanlovga ta'sir etuvchi ko'plab omillar mavjud bo'lib, quyidagilarni misol qilib keltirishimiz mumkin:

mutaxassis bo'lishga va mehnat bozoriga tayyor bo'lib kirishlariga yordam beradi. OTM tanlayotganda abituriyentlar qanday jihatlarni ustun qo'yishlarini aniqlash uchun muallif tomonidan so'rovnoma o'tkazilgan bo'lib, so'rovnoma natijalariga ko'ra, ta'lim sifati 52,7 % abituriyent uchun muhim omil bo'lsa, 46,7 % abituriyent talabalik hayoti va tadbirlarni tanlagan.

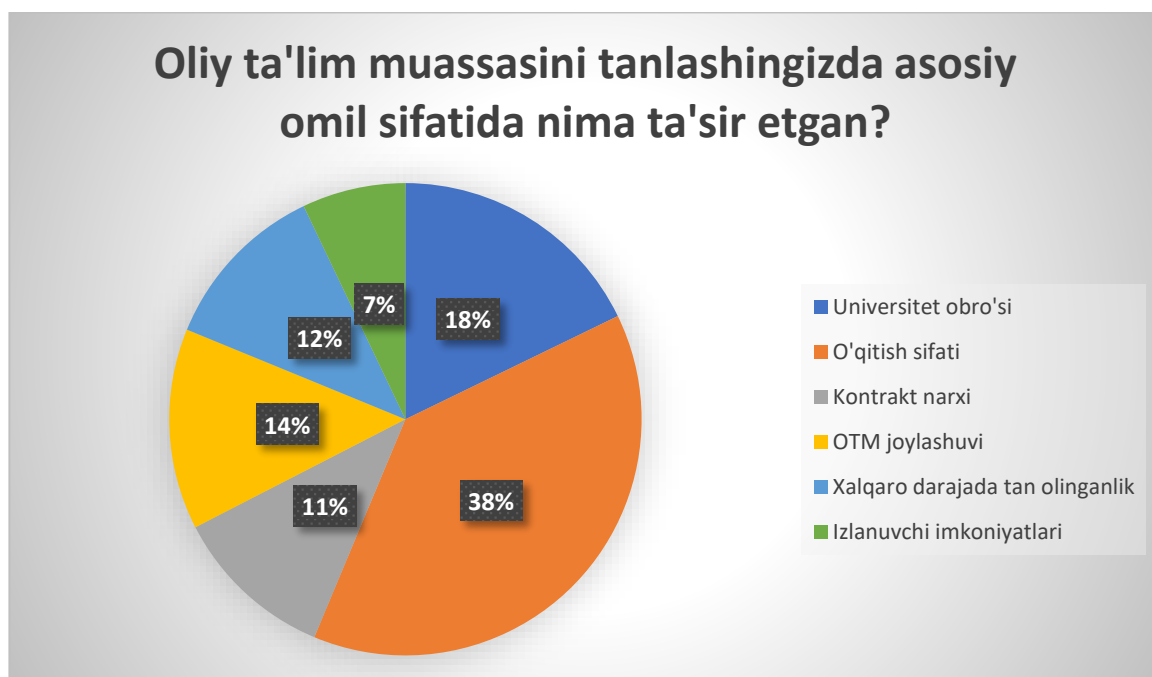


Diagramma 1. Muallif o'tqizgan so'rovnomasi asosida ishlab chiqilgan

Konovalovning [1] ta'kidlashicha ham, oliy o'quv yurtining

raqobatbardoshligini mehnat bozori talablariga mos ravishda yuqori malakali

mutaxassislarni tayyorlash, sifatli ta'lim xizmatlarini ko'rsatish, iste'molchilarning tegishli ta'lim darajasiga erishish bo'yicha talablarini qondirishi, shuningdek, OTMda raqobatdosh ustunliklarning mavjudligi sifatida belgilash mumkin.

- **Oliy ta'lim muassasasining obro'si** - bu uning nufuzi, erishgan yutuqlari va jamiyatdagi o'rni demakdir. Obro'li OTMlar, odatda, yuqori malakali professor-o'qituvchilarga, zamonaviy o'quv resurslariga va keng imkoniyatlarga ega bo'ladi. Talabalar uchun obro'li OTMda o'qish - sifatli ta'lim olish va

kelajakda muvaffaqiyatga erishish imkoniyatini beradi. Bundan tashqari, obro'li diplom - mehnat bozorida raqobatbardosh bo'lishning muhim omili hisoblanadi. Diagramma 1 da berilishi bo'yicha so'rovnomada ishtirok etgan talabalarning 18 % universitetni aynan obro'si uchun tanlagan.

- **Oliy ta'lim muassasasining joylashuvi** - talaba uchun qulaylik va imkoniyatlar ta'minlovchi omildir. Muallif tomonida o'tkazilgan so'rovnimada ishtirok etgan talabalarning 72.6 % uchun OTM tanlashda joylashuv muhim rol o'ynagan.

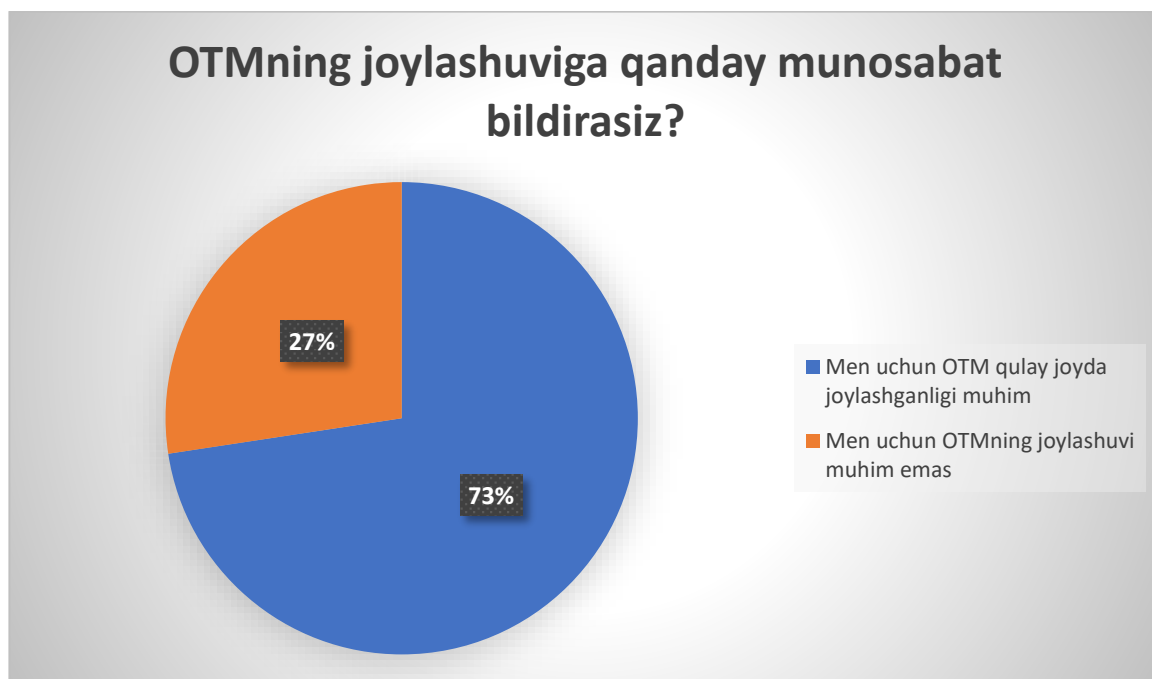


Diagramma 2. Muallif o'tqizgan so'rovnomasi asosida ishlab chiqilgan

O'quv maskanining yashash joyiga yaqinligi, transport yo'llarining qulayligi va shahar infratuzilmasining rivojlanganligi talaba uchun o'quv jarayonini osonlashtiradi. Bundan tashqari, yirik shaharlarda joylashgan OTMlar talabalarga ko'proq ish va stajirovka imkoniyatlarini ham taqdim etadi.

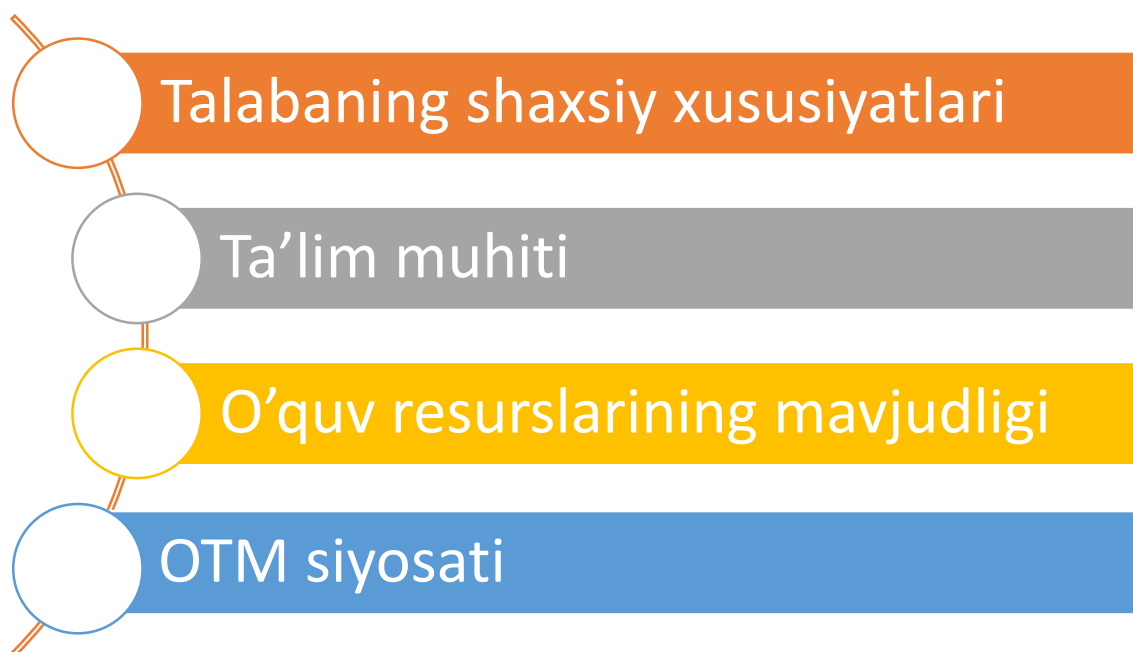
- **O'qituvchilar tarkibi** - bu oliy ta'lim muassasasining eng muhim aktivlaridan biridir. Yuqori malakali,

tajribali va o'z fanini yaxshi ko'radigan o'qituvchilar talabalarga bilim berish bilan birga, ularni ilhomlantiradi va motivatsiya beradi. O'qituvchilar talabalarning shaxsiy rivojlanishida tutgan o'rni beqiyosdir. O'qituvchilar bilim, tajriba, ko'nikma va shaxsiy fazilatlarini orqali oliy ta'lim muassasasining ta'lim sifatiga, ilmiy faoliyatiga, talabalarning rivojlanishiga va obro'siga katta ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli, oliy ta'lim muassasalari

o'qituvchilarning malakasini oshirish, ularga yordam ko'rsatish va ularning kasbiy rivojlanishini rag'batlantirishga alohida ahamiyat berishlari zarur. Bundan tashqari O'qituvchilar o'z talabalariga ilmiy tadqiqotlar olib borishga ilhomlantirishi va ularga yo'nalish berishi kerak. Bu esa kelajakdagi olimlar va tadqiqotchilar avlodini tarbiyalashda muhim rol o'ynaydi.

- Ta'lim olish jarayonidagi faollik ham talabanning xulq atvorini ifoda etadi. Bu tushuncha, talabanning o'quv

jarayonidagi passiv tinglovchidan farqli o'laroq, faol ishtirokchini nazarda tutadi. Talaba o'z fikrlarini ifoda etishda, savollar bilan chiqishda, muhokamalarda qatnashishda, loyihalarga jalb etilishida va o'z ustida ishlashda qatnashishi zarur. Faol talabalar, o'z bilim olish jarayonida o'z mas'uliyatlarini his qiladilar va shaxsiy o'sishga erishishga intiladilar. Talabanning faolligiga quyidagi omillar ta'sir qilishi mumkin:



Rasm 1. Talaba faolligiga ta'sir etuvchi omillar.¹

Talabanning qiziqishi, motivatsiyasi va intilishi kabi shaxsiy xususiyatlari uning o'quv jarayonidagi faolligiga to'g'rida to'g'ri ta'sir qiladi. Bundan tashqari o'qituvchilarning dars o'tish uslubi, darslarning interaktivligi va o'quv materiallarining qiziqarliligi talabanning faolligini oshiradi. Talabalarining bilim olishi uchun zarur bo'lgan resurslar (kutubxonalar, onlayn platformalar, laboratoriyalar) bilan ta'minlanganligi faollikka yordam beradi. OTMning

talabalar faolligini qo'llab-quvvatlash siyosati, tadbirlar va loyihalar tashkil etishi ham muhim omil hisoblanadi.

- Ishga joylashishga bo'lgan umidlar ham talaba xulq atvorining ajralmas qismidir. Ishga joylashishga bo'lgan umidlar talabanning xulq-atvoriga, o'quv jarayoniga va kelajakdagi karyerasiga katta ta'sir ko'rsatadi. OTMlar, talabalarining bu umidlarini qo'llab-quvvatlashi va ularning mehnat bozorida muvaffaqiyat qozonishlariga yordam berishi kerak. Shu

¹ Muallif tomonidan tuzilgan

bilan birga, talabalarning o'zlariga ham o'z ustida ishlashlari, bilim va ko'nikmalarini oshirishlari va faol pozitsiyada bo'lishlari lozim. Ushbu borada talabalardan so'rovnoma o'tkazilganda, 55,6% talabalar uchun OTMni bitirgandan so'ng ishga joylashtirilishi o'ta muhimligini ta'kidlab o'tgan (Diagramma 3).

Oliy ta'lim muassasalari, talabalarning ishga joylashish umidlarini ro'yobga chiqarishda quyidagilarni amalga oshirishlari kerak:

- mehnat bozorining talablariga mos keladigan o'quv dasturlarini ishlab chiqishi;
- talabalarga amaliyot o'tash imkoniyatini taqdim etishi;
- ish beruvchilar bilan hamkorlik aloqalarini o'rnatishi;
- karyera markazlari faoliyatini yo'lga qo'yish va talabalarga maslahatlar berishi;
- bitiruvchilarni ishga joylashtirishga ko'maklashishi va h.k.

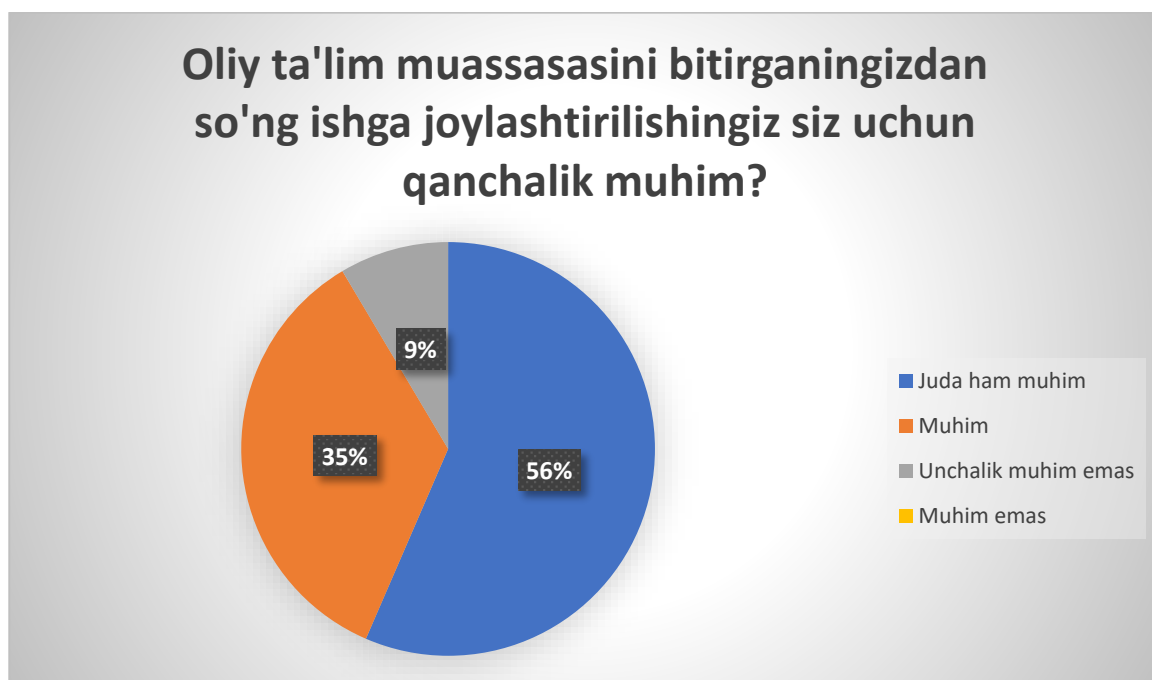


Diagramma 3. Muallif o'tqizgan so'rovnoma asosida ishlab chiqilgan

Hozirgi kunda oliy ta'lim bozori kuchli raqobat muhitiga ega bo'lmoqda. Bunday sharoitda oliy ta'lim muassasalari (OTM) sifatli ta'lim berish bilan bir qatorda, talabalarni o'zlariga jalb etish, ularning talablariga mos kelish va bitiruvchilarining ish topishlariga yordam berish maqsadida turli strategiyalarni ishlab chiqishga majburdirlar. Masalan, ta'lim xizmatlarini va dasturlarini taklif qilish. Bu dasturlar talabalar qiziqishlari, salohiyatlari va kelajakdagi kasbiy maqsadlari bilan bog'liq bo'lishi zarur. OTMlar zamonaviy mehnat bozorining talablarini o'rganib, yangi

mutaxassislariga bo'lgan ehtiyojlarni aniqlashlari va ushbu ehtiyojlarga mos ta'lim dasturlarini ishlab chiqishlari kerak. Ta'lim dasturlarini yangilash va zamonaviy texnologiyalarni joriy etish ham muhimdir. Ushbu dasturlar talabalar uchun faqat nazariy bilimlar, balki amaliy ko'nikmalarni ham rivojlantirishga qaratilishi lozim.

Marketing strategiyalarini puxta ishlab chiqishdan tashqari doimo takomillashtirib turishlari maqsadga muvofiqdir. Talabalarni jalb qilish OTMlar talabalarni jalb qilish maqsadida turli

marketing yondashuvlaridan foydalanadi. Bunga universitet obro'sini oshirish, ta'lim muhitini targ'ib qilish, ochiq eshiklar kunlari o'tkazish va reklamalarni misol qilib ko'rsatishimiz mumkin. Samarali marketing strategiyalarini amalga oshirish uchun talabalar ehtiyojlarini hisobga olish va ularga qiziqarli ta'lim muhitini yaratish zarur. Adilova [3] ta'kidlaganidek, ta'lim sohasida marketing strategiyasini shakllantirishda asosiy yo'nalish OTMning mavjud imkoniyatlari emas, balki aynan mehnat bozorining ehtiyojlari bo'lishi kerak:

- Birinchidan, mehnat bozori ta'lim sifatining asosiy yo'nalishlari va standartlarini belgilab beradi, alohida kasblar va mutaxassislariga bo'lgan talabni o'zgartiradi va tartibga soladi, shuningdek, ish o'rinlariga da'vogarlar ega bo'lishi kerak bo'lgan bilim va ko'nikmalarni shakllantirishga yordam beradi.

- Ikkinchidan, ishga joylashish istiqboli iste'molchi tomonidan ta'lim mahsulotlarini tanlashni belgilovchi muhim motivatsiya hisoblanadi.

O'quv jarayonini tashkil etishda esa oliy ta'lim muassasalari talabalarning ehtiyojlariga mos ravishda o'quv jarayoni sifatli va zamonaviy tashkil etishi zamon talabiga aylanmoqda. O'qitish jarayonida interaktiv metodlarni qo'llash, amaliy tajribalarni taqdim etish va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish juda muhim bo'lib qolmoqda.

Zamonaviy mehnat bozori shiddat bilan o'zgarib borayotgan bir davrda, ish beruvchilarning xulq-atvori uchinchi tomon sifatida oliy ta'lim muassasalari (OTM) va bitiruvchilar uchun juda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Chunki aynan ish beruvchilarning talablari, ta'lim sifatini baholash mezonlari va OTMlar bilan

hamkorlik qilishga bo'lgan qiziqishi mehnat bozorining rivojlanishini belgilab beradi.

Zamonaviy ish beruvchilar bitiruvchilardan nafaqat nazariy bilimga, balki amaliy ko'nikmalarga ham ega bo'lishlarini kutishadi. Ular o'z ishlarida samarali bo'ladigan, tezkor o'zgarishlarga moslasha oladigan va innovatsion yondashuvlarga tayyor mutaxassislarni qidirishadi.

Ish beruvchilar OTMlar bilan hamkorlik qilishdan o'zaro manfaat kutishadi. OTMlar bilan hamkorlik orqali ular kelajakdagi xodimlarni tayyorlashda ishtirok etish, amaliyot o'tash imkoniyatini taqdim etish, o'quv dasturlarini ishlab chiqishda o'z fikrlarini bildirish, va OTM bitiruvchilarini ish bilan ta'minlash imkoniyatiga ega bo'lishadi. Ish beruvchilar, shuningdek, OTMlar bilan birgalikda ilmiy tadqiqotlar o'tkazish va innovatsion loyihalarni amalga oshirishdan ham manfaatdor bo'ladilar. OTMlar bilan hamkorlik qilish ish beruvchilarga o'z sohalarida yetakchi bo'lib qolishga, va raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.

Munozara. Oliy ta'lim bozorining murakkab dinamikasini tahlil qilar ekanmiz, undagi asosiy ishtirokchilar – talabalar, universitetlar va ish beruvchilar – o'rtasidagi o'zaro ta'sirlar o'rganib chiqildi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, har bir ishtirokchining o'ziga xos motivatsiyalari, talablari va xulq-atvorlari o'quv jarayonining samaradorligi va bitiruvchilarning ishga joylashish imkoniyatlariga bevosita ta'sir qiladi.

Universitetlar raqobatbardoshligini oshirish maqsadida ta'lim xizmatlarini takomillashtirish, marketing strategiyalarini qo'llash, o'quv jarayonini samarali tashkil etish va bitiruvchilarni ish bilan ta'minlash kabi chora-tadbirlarni amalga oshiradi.

Maqolada universitetlarning talabalar ehtiyojlariga moslashuvi va ta'lim sifatini doimiy ravishda yaxshilash zarurligi ta'kidlangan. Bu fikr shuni ko'rsatadiki, universitetlar nafaqat o'quv muassasasi, balki ta'lim bozorining talablariga moslasha oladigan tashkilot sifatida faoliyat ko'rsatishi kerak.

Kelajakdagi tadqiqotlar universitetlarning turli marketing strategiyalarining samaradorligini baholashga qaratilishi mumkin. Bu yo'nalishda universitetlarning zamonaviy talablarga moslashuvchanligi va ta'lim sifatini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar muhim ahamiyatga ega.

Bitiruvchilarga qo'yiladigan talablar, faqat nazariy bilimlar bilan cheklanmay, balki amaliy ko'nikmalar, tanqidiy fikrlay olish qobiliyati, jamoada ishlash va samarali muloqot ko'nikmalari kabi jihatlarga ham asoslanganligi aniqlangan. Ushbu natija, oliy ta'lim muassasalari o'z o'quv dasturlarida amaliy ko'nikmalarni rivojlantirish va bitiruvchilarni mehnat bozoriga tayyorlashga alohida ahamiyat qaratish zarurligini ko'rsatadi. Kelajakdagi tadqiqotlarda ish beruvchilarning turli sohalardagi ehtiyojlarini o'rganishga e'tibor berilishi mumkin. Bu esa, oliy ta'lim tizimini yanada samarali qilishga yordam beradi va bitiruvchilarni ishga joylashish jarayonini yengillashtiradi. Bunday tadqiqotlar, ta'lim va ish joylari o'rtasidagi bog'liqlikni yaxshiroq tushunish imkoniyatini yaratadi hamda kelajak avlodlarni mehnat bozorida raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.

Oliy ta'lim bozorida ishtirokchilarning xulq-atvorini o'rganish ularning o'zaro munosabatlari va ta'sir ko'rsatish mexanizmlarini namoyish etdi.

Maqola, oliy ta'lim muassasalari talabalarning ehtiyojlarini va ish beruvchilar talablarini hisobga olgan holda, ta'lim sifatini oshirishga intilishlari lozimligini ta'kidlaydi. Ushbu natijalar, barcha ishtirokchilar o'rtasida yaqin hamkorlikning o'rnatilishi oliy ta'lim tizimini rivojlantirishda muhim omil ekanini ko'rsatmoqda.

Ushbu tadqiqotga asoslanib, kelajakdagi bir qator yo'nalishlar taklif etilishi mumkin. Birinchidan, har bir qatnashchining xulq-atvoriga ta'sir etuvchi omillarni ko'proq chuqur o'rganish zarur. Ikkinchidan, ta'lim sifatini oshirish va bitiruvchilarning ishga kirish imkoniyatlarini yaxshilash uchun amaliy chora-tadbirlarni ishlab chiqish muhimdir. Uchinchidan, turli davlatlar yoki mintaqalardagi oliy ta'lim bozorlarini tahlil qilib, ularning o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash lozim.

Xulosa. Oliy ta'lim bozori murakkab bir tizim sifatida talabalardan, universitetlardan va ish beruvchilardan iborat asosiy ishtirokchilar o'rtasida o'zaro munosabatlar mavjuddir. Ushbu maqolada biz ushbu ishtirokchilarning faoliyatini, ularning motivatsiya va ehtiyojlarini hamda ularning o'zaro aloqalarini ko'rib chiqdik.

Talabalar uchun oliy ta'lim muassasasini tanlashda obro', ta'lim sifati, joylashuv, o'qituvchilar sifati va ishga joylashish imkoniyatlari kabi omillar asosiy ahamiyatga ega. Ta'lim jarayonida faol bo'lish, o'quv natijalaridan olishiladigan kutishlar va ishga joylashish umidlari talabalar xulq-atvorini belgilaydi.

Universitetlar o'zlarining ta'lim xizmatlarini taklif etish, marketing strategiyalarini qo'llash, o'quv jarayonini boshqarish va bitiruvchilarning ishga joylashishini ta'minlash orqali raqobatbardoshligini oshirishga intilishadi.

Ish beruvchilar esa talabalaridan amaliy ko'nikmalar, tanqidiy fikrlash, jamoada ishlash va samarali muloqot qila olish kabi qobiliyatlarni kutmoqdalar.

Ushbu ishtirokchilar orasidagi o'zaro aloqalar oliy ta'lim tizimining rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Talabalar ehtiyojlarini inobatga olish, ta'lim sifatini yaxshilash va mehnat bozoridagi talablar

asosida mutaxassislarini tayyorlash ushbu muammolarni hal qilishga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, bu maqola oliy ta'lim bozorining murakkab xususiyatlarini anglash va uning kelajakdagi rivoji uchun zarur strategiyalarni ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega. Oliy ta'lim muassasalari, talabalar va ish beruvchilar o'rtasidagi aloqalarga e'tibor berish ta'lim tizimining kelajakdagi muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Konovalova N. (2017) The Question of the Competitiveness of the University through Consentaneousness Student /N. Konovalova // Norwegian Journal of Development of the International Sciences.
2. Mavludaxon Saidova (2022). Yuqori malakali mutaxassislar tayyorlashda ishlab chiqarish va ta'lim integratsiyasini rivojlantirish. Talqin va tadqiqotlar ilmiy-uslubiy jurnali, 1 (9), 61-65.
3. Адылова Зульфия Джавдатовна, & Гулмуродов Камолиддин Абдукодирович (2020). Формирование маркетинговой стратегии вузов: зарубежный опыт. Вестник науки и образования, (20-2 (98)), 40-42.
4. Антоненко В.В. (2013) Мотивация абитуриентов г. Волгограда при выборе высшего учебного заведения /В.В.Антоненко //Научный диалог. №12(24).
5. Болобова, А. А., Бондаренко, Н. Г., & Кадисон, Ю. Б. (2010). Разработка механизма построения траектории карьеры специалиста. Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд, (4-1), 241-247.
6. Бондырева И.Б. (2012) Взаимодействие вузов и предприятий по подготовке кадров для инновационного развития. / Бондырева И.Б. / Журнал «Теоретическая экономика». № 3.
7. Бровкин Александр Владимирович (2018). Проблемы современной российской системы высшего образования и пути их решения в интересах всех участников образовательного процесса: часть 1. Современное образование, (1), 1-10.
8. Брюханова Н.В. (2016) Маркетинговая стратегия вуза как ключевой фактор повышения его конкуренто- способности / Н.В. Брюханова // Менеджмент и образование. №1
9. Лысенко Наталья Николаевна (2015). Анализ организации взаимодействия предприятий-работодателей и вуза. Профессиональное образование в России и за рубежом, (3 (19)), 125-129.
10. Мартыщенко Наталья Степановна (2017). Развитие концепции внутреннего маркетинга вуза. Концепт, (11), 126-132.
11. Туарменский, В. В. (2014) Технополисы и технопарки в структуре современного образования / В. В. Туарменский. – Saarbrücken : LAP LAMBERT. 179



12. Шевелев, Н. А. (2013). Стратегическое партнерство вуза и предприятий – основа инновационного развития экономики. *Высшее образование в России*, (11), 50-54.