



UNIVERSITETNING TA'LIM XIZMATLARI BOZORIDAGI RAQOBATBARDOSHLIGI

Adizov Bobir Baxtiyorovich,

Moliyalashtirish, iqtisodiy rivojlanishni rejalashtirish departamenti boshlig'i

BuxDU mustaqil izlanuvchisi.

90-512-77-97

adizov.b@mail.ru

MAQOLA HAQIDA

Qabul qilindi: 9-fevral 2026-yil

Tasdiqlandi: 11-fevral 2026-yil

Jurnal soni: 17-B

Maqola raqami: 60

DOI: <https://doi.org/10.54613/ku.v17i.1515>

KALIT SO'ZLAR/ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА/

KEYWORDS

universitet raqobatbardoshligi, oliy ta'lim, ta'lim xizmatlari bozori, raqobatdosh ustunliklar, raqobatbardoshlikni boshqarish, rivojlanish strategiyasi.

ANNOTATSIYA

Globallashuv va ta'lim xizmatlari bozorining jadal rivojlanishi sharoitida oliy ta'lim muassasalarining raqobatbardoshligi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu maqolada "OTM raqobatbardoshligi" tushunchasi haqida nazariy tushuncha berilgan, uni belgilovchi asosiy omillar tahlil qilingan va raqobatdosh ustunliklarni boshqarish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Ichki va tashqi determinantlar, shuningdek, milliy va xalqaro ta'lim xizmatlari bozorlarida OTMlar o'rnini mustahkamlashga qaratilgan asosiy strategiyalar ko'rib chiqiladi.

Shuningdek, oliy ta'lim muassasalarining raqobatbardoshligini oshirishda ta'lim sifati, innovatsion faoliyat, ilmiy-tadqiqot salohiyati, kadrlar malakasi, xalqaro hamkorlik va raqamli texnologiyalarni joriy etish kabi omillarning ahamiyati yoritilgan. Maqolada ta'lim xizmatlari bozorida samarali marketing strategiyalarini qo'llash, ta'lim dasturlarini mehnat bozori talablariga moslashtirish hamda talabalar uchun qulay akademik va ijtimoiy muhit yaratish orqali OTMlarning barqaror rivojlanishini ta'minlash imkoniyatlari asoslab berilgan. Tadqiqot natijalari oliy ta'lim muassasalari rahbariyati va ta'lim sohasida faoliyat yurituvchi mutaxassislar uchun amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kirish. Jamiyat taraqqiyotining hozirgi bosqichi oliy ta'limning elitadan ommaviy bozorga o'tishi, shuningdek, bozor mexanizmlari ta'sirining kuchayishi bilan tavsiflanadi. Bunday sharoitda universitetlarning resurslar, talabalar va malakali professor-o'qituvchilar uchun raqobatlasha olishi ularning yashashi va rivojlanishining asosiy shartiga aylanib bormoqda. Universitet raqobatbardoshligi - bu turli ko'rsatkichlarni o'zida mujassam etgan murakkab, ko'p qirrali tushunchadir. Ushbu maqolaning maqsadi universitet raqobatbardoshligini aniqlash va baholashning nazariy yondashuvlarini tizimlashtirish va ushbu sohada samarali boshqaruv strategiyalarini aniqlashdan iborat.

Hozirgi kunda ta'lim sohasi g'ayrioddiy dinamik sur'atlarda rivojlanmoqda, yangi xususiyatlarga ega bo'lmoqda va uning funksional, tarkibiy, tashkiliy, mafkuraviy va qadriyatlarga asoslangan xususiyatlarini o'zgartirmoqda. Oliy ta'limda tub o'zgarishlar ro'y bermoqda: jamiyatning kasbiy ta'lim sifatiga bo'lgan talablari ortib bormoqda, o'qitish texnologiyalari doimiy ravishda yangilanmoqda, universitetlar uchun iqtisodiy sharoitlar tez o'zgarib bormoqda, universitetlarga tadbirkorlik va boshqa daromad keltiruvchi faoliyat bilan erkin shug'ullanish huquqi berildi va ta'lim xizmatlari bozorida raqobat kuchaymoqda.

Bularning barchasi universitet raqobatbardoshligini oshirishning yangi manbalarini topish muammosini tug'diradi. Rivojlanayotgan bozorda universitet raqobatbardoshligi shunchaki iqtisodiy atama emas; bu ta'lim muassasasining faoliyat falsafasi bo'lib, uning faoliyati va rivojlanishiga turli xil strategik va taktik yondashuvlarning asosini tashkil etadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori uzluksiz ta'lim tizimini rivojlantirish, mamlakatimizning izchil rivojlanib borayotgan iqtisodiyotini yuqori malakali kadrlar bilan ta'minlash, barcha hududlar va tarmoqlarni strategik jihatdan kompleks rivojlantirish masalalarini hal qilish borasida oliy ta'lim tizimi ishtirokini kengaytirish yo'lidagi yana bir muhim amaliy qadamdir [1].

Shu bilan birga O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish Konsepsiyasida bir qator oliy ta'lim tizimini rivojlantirishning strategik maqsadlari ko'rsatib o'tilgan. Jumladan:

- ✓ mamlakatni modernizatsiya qilish, ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan barqaror rivojlantirish uchun yuqori malakali kadrlar tayyorlash sifatini oshirish, inson kapitalini mehnat bozori talablari asosida rivojlantirish;

- ✓ oliy ta'lim bilan qamrov darajasini oshirish, xalqaro standartlar asosida yuqori malakali, kreativ va tizimli fikrlaydigan, mustaqil qaror qabul qila oladigan kadrlar tayyorlash, ularning

intellektual qobiliyatlarini namoyon etishi va ma'naviy barkamol shaxs sifatida shakllanishi uchun zarur shart-sharoit yaratish;

- ✓ sohada sog'lom raqobat muhitini shakllantirish, uning jozibadorligini oshirish, jahon miqyosidagi raqobatbardoshligini ta'minlash. [2]

Adabiyotlar tahlili. Universitetlarning raqobatbardoshligini o'rganishda turli olimlar tomonidan bir qancha yondashuvlar ishlab chiqilgan. Iqtisodiy nazariya nuqtai nazaridan raqobat – bu bozordagi sub'ektlarning yuqori daromad, foyda va boshqa moliyaviy manbalarga erishish maqsadida o'z mahsulotlarini sotish uchun kurashidir [3, 270]. Shu bilan birga, raqobat sub'ektning o'z raqobatchilariga nisbatan ustunlikka erishish qobiliyati sifatida ham qaraladi [4, 360]. Ayrim tadqiqotchilar raqobatni ikki yoki undan ortiq sub'ektlarning ma'lum resurslar yoki bozor segmentlari uchun kurashishi sifatida ta'riflaydilar [5, 269].

Raqobatbardoshlik tushunchasi raqobat bilan chambarchas bog'liq bo'lib, bu sub'ektning raqobatda g'alaba qozonish qobiliyati, sifat, ishonchlilik va samaradorlik bilan belgilanadi [8, 231]. Korxona raqobatbardoshligi jihatidan muhim nuqta – bu sub'ektning texnologiya, xodimlarning bilim va ko'nikmalari, strategik rejalashtirish, sifat va kommunikatsiyalar bo'yicha boshqa korxonalarga nisbatan ustunligi hisoblanadi.

Oliy ta'lim sohasida raqobatbardoshlik kontseptsiyasi yetarlicha ilmiy tadqiq etilmagan bo'lsa-da, ko'plab mualliflar universitetning raqobatbardoshligini bitiruvchilarning mehnat bozorida raqobatga bardosh bera olishi bilan bog'laydilar [12, 34]. Shu nuqtai nazardan, universitet raqobatbardoshligi quyidagi jihatlarida namoyon bo'ladi: yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlash qobiliyati, raqobatbardosh innovatsiyalarni ishlab chiqish, hamda faoliyatning barcha sohalarida samarali ishlab chiqarish va boshqaruv tizimlarini yo'lga qo'yish [15, 52].

Mualliflar universitet raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillar sifatida quyidagilarni ta'kidlaydilar: samarali tashkiliy tuzilma, sifat menejmenti tizimi, yuqori raqobatbardosh ta'lim dasturlari, innovatsion ta'lim jarayoni, ilmiy va iqtisodiy hamkorlik tizimi, mehnat bozoriga moslashuvchan ta'lim dasturlari, universitetning obro'si va imidji [15, 52].

Shuningdek, universitet raqobatbardoshligini ta'minlovchi omillardan biri akademik hamjamiyatga integratsiyalashuv, ijtimoiy barqarorlik va universitet boshqaruvidagi jamoaning faol ishtirokidir. Bu omil universitetning ichki va tashqi muhitga moslashuvchanligini oshirishda muhim ahamiyatga ega.

Mintaqaviy universitetlar o'rtasidagi raqobat esa bozor ulushi va mutaxassisliklar takrorlanish darajasi bilan bog'liq bo'lib, raqobat

kuchayishi yoki zaiflashishi ma'lum shart-sharoitlarga bog'liq [7, 124]. Bezdudnaya ta'lim xizmatlari raqobatbardoshligini mehnat bozori bilan munosabatlar orqali aniqlashni taklif qiladi, ya'ni ta'lim xizmatlarining kelajakdagi mehnat bozori ehtiyojlariga mosligi raqobatbardoshlik darajasini belgilaydi [6, 138].

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda universitetlarning ta'lim xizmatlari bozoridagi raqobatbardoshligini tahlil qilishda bir qator ilmiy tadqiqot usullaridan foydalanildi. Avvalo, iqtisodiy va pedagogik adabiyotlarni tahlil qilish orqali universitet raqobatbardoshligi tushunchasining nazariy asoslari o'rganildi hamda turli mualliflarning yondashuvlari umumlashtirildi. Shuningdek, tizimli tahlil usuli yordamida oliy ta'lim muassasalarining raqobatbardoshligini belgilovchi ichki va tashqi omillar aniqlab olindi.

Tadqiqot jarayonida taqqoslash va umumlashtirish metodlari orqali ta'lim xizmatlari bozorida universitetlarning o'rni va ularning raqobatdosh ustunliklari tahlil qilindi. Analitik yondashuv asosida ta'lim sifatini oshirish, innovatsion faoliyatni rivojlantirish, marketing strategiyalarini qo'llash hamda mehnat bozori talablariga mos kadrlar tayyorlash kabi omillarning universitet raqobatbardoshligiga ta'siri o'rganildi. Shu bilan birga, mavjud ilmiy manbalar, normativ-huquqiy hujjatlar va statistik ma'lumotlar asosida xulosalar chiqarildi hamda oliy ta'lim muassasalarining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Natijalar. Hozirgi vaqtda iqtisodiy adabiyotlarda "universitet raqobatbardoshligi" tushunchasining aniq ta'rifi yo'q. Shuning uchun, raqobatbardoshlik tushunchasining universitet faoliyatiga tatbiq etilishini batafsil tahlil qilishga o'tishdan oldin, tadqiqotchilar raqobat, raqobatbardoshlik va korxona raqobatbardoshligi deganda nimani tushunishlarini ko'rib chiqaylik.

Zamonaviy iqtisodiy nazariya "raqobat" tushunchasini tovarlar ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) o'rtasidagi (umumiyroq shaklda - har qanday iqtisodiy, bozor subyektlari o'rtasidagi) raqobat, yuqori daromad, foyda va boshqa moliyaviy va iqtisodiy foyda olish maqsadida tovarlarni sotish bozorlari uchun kurash shaklida bo'ladigan raqobat sifatida ko'rib chiqadi.

Bir qator mualliflar "raqobat" tushunchasini xo'jalik yurituvchi subektlarning tovarlar bozorlari uchun kurashda bir-biridan ustun kelish qobiliyati sifatida talqin qiladilar. Raqobat atamasi dastlab lotin tilida "concurrencia", fransuz tilida "concurrence", rus tilida "konkurensiya", ingliz tilida "sompitation", nemis tilida "wettbewerb" [3] shaklida kelgan. Ushbu atamalarining barchasi "to'qnashuv", "musobaqa" kabi ma'nolarni anglatadi.

"Raqobat" so'zi arab tilidan kelib chiquvchi so'z bo'lib, lug'aviy tarjimai "nazorat, kuzatish" ma'nolarini anglatadi. O'zbek tilining izohli lug'atida "Basma-baslikka bellashuv, kim o'zdi", "Talabgorlar, raqiblar kurashi", "Mustaqil tovar ishlab chiqaruvchi(korxona)lar o'rtasida tovarlarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va yaxshi foyda keltiradigan narxda sotish, umuman, iqtisodiyotda, o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurash" [4] deb ta'riflar berilgan.

Ayrim olimlarning asarlarida raqobat - bu ikki yoki undan ortiq odamlar yoki guruhlar faqat bitta guruh yoki shaxsga tegishli bo'lishi mumkin bo'lgan narsani olishga harakat qilayotgan vaziyat deb ta'riflanadi. "Raqobat" atamasi raqobatlashayotgan odam yoki odamlarga nisbatan ishlatiladi. Raqobat, shuningdek ikki yoki undan ortiq firmalar (korxonalar) ishtirok etadigan, har bir firma o'z mahsulotlarini boshqa firmalarga qaraganda odamlarni sotib olishga harakat qiladigan harakatdir.

Shuni ta'kidlash kerakki, "raqobat" tushunchasini aniqlashning boshqa yondashuvlari ham mavjud. Ulardan biriga ko'ra, raqobat aniq maqsadlarga erishishga intilayotgan sub'ektlar o'rtasidagi raqobat sifatida qaraladi.

I.Shumpeter ushbu konsepsiyaning yana bir jihatini ta'kidlab, raqobatni kurash, eski va yangi o'rtasidagi raqobat sifatida belgilaydi, bunda ertami-kechmi ikkinchisi ustunlikka erishadi, eskisini mag'lub etadi: yangi texnologiyalar, yangi mahsulotlar, ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi shakllari, boshqaruvning yangi shakllari va boshqalar. Bu pozitsiyani amerikalik olim M. Porter o'zining "Xalqaro raqobat" klassik asarida qo'llab-quvvatlaydi va raqobat dinamik va rivojlanayotgan jarayon, doimiy ravishda o'zgarib turadigan landshaft ekanligini ta'kidlaydi, unda yangi mahsulotlar, yangi marketing usullari, yangi ishlab chiqarish jarayonlari va yangi bozor segmentlari paydo bo'ladi.

"Raqobat" toifasini aniqlashda yana bir yondashuv mavjud bo'lib, uni sub'ektning raqobatbardosh ustunliklaridan samarali foydalanish

orqali yetakchi mavqega erishishi deb hisoblaydi. Bu pozitsiyani R.A. Fathutdinov ham qo'llab-quvvatlaydi, u "raqobat - bu subyektning qonunchilik doirasida yoki tabiiy sharoitlarda ob'ektiv yoki sub'ektiv ehtiyojlarni qondirish uchun raqobatbarchilar bilan kurashda g'alaba qozonish yoki boshqa maqsadlarga erishish uchun o'zining raqobatbardosh ustunliklarini boshqarish jarayoni" deb hisoblaydi [9, 29].

Mualliflarning fikrlarini umumlashtirib, ko'rib chiqilayotgan tushuncha uchun quyidagi ta'rifi berish mumkin. Raqobat deganda bozorda ko'p sonli mustaqil iste'molchilar va sotuvchilar mavjud bo'lgan vaziyat tushuniladi, bu esa biznesga o'z tovarlari va xizmatlarini muvaffaqiyatli sotish va iste'molchilar talabini qondirish uchun raqobatbardosh ustunliklaridan foydalanish imkonini beradi.

"Raqobat" va "raqobatbardoshlik" tushunchalari bir-biri bilan chambarchas bog'liq.

Ko'pincha "raqobatbardoshlik" tushunchasi raqobatda g'alaba qozonish qobiliyati, barqarorlik, sifat, ishonchlilik va bozor sharoitida ishlash samaradorligi bilan bog'liq. Ba'zi tadqiqotchilar "raqobatbardoshlik" toifasini ob'ekt yoki mahsulotning o'xshash mahsulotlar bilan taqqoslaganda ma'lum bir ehtiyojni qondirish qobiliyati deb hisoblashadi.

Keling, o'rganilayotgan kategoriyani tushunishimizni chuqurlashtiradigan yana bir yondashuvni ko'rib chiqaylik; unga ko'ra, raqobatbardoshlik kompaniyaning mijozlar talablariga javob beradigan mahsulotni taklif qilish qobiliyati sifatida tushuniladi.

"Marketing" lug'at-ma'lumotnomasida raqobatbardoshlik deganda kompaniyaning ma'lum mijozlar talablariga javob beradigan, ya'ni ma'lum bir sifatdagi, kerakli miqdorda, kerakli vaqt ichida va raqobatbarchilarga qaraganda qulayroq yetkazib berish shartlarida mahsulot taklif qilish qobiliyati tushuniladi [8, 231].

Bizning fikrimizcha, "Biznesning ensiklopedik lug'ati" korxonaning raqobatbardoshligining eng aniq ta'rifini beradi: texnologiya, xodimlarning amaliy ko'nikmalari va bilimlari, strategik va joriy rejalashtirish darajasi, sifat (boshqaruv tizimlari, ishlab chiqarish, mahsulotlar) va kommunikatsiyalar kabi parametrlar bo'yicha boshqa raqobatdosh korxonalarga nisbatan kompetensiya darajasi [15, 601]. Taqdim etilgan ta'rifda shubhasiz qiziqish uyg'otadigan narsa raqobatdosh korxonalarning ichki salohiyatini taqqoslashdir.

Yuqoridagilarni umumlashtirib aytadigan bo'lsak, biz "korxona raqobatbardoshligi" tushunchasi O'zbekistonning yangi iqtisodiy sharoitida ilmiy va amaliy sinovlarning yakuniy bosqichida ekanligiga ishonamiz. Biroq, "universitet raqobatbardoshligi" tushunchasi hali ilmiy tadqiqotlarida yetarli darajada rivojlanmagan. Ko'pgina tadqiqotchilar "universitet raqobatbardoshligi" tushunchasini "bitiruvchi raqobatbardoshligi" atamasi bilan bog'liq deb bilishadi.

Shunday qilib, universitetning mehnat bozorida raqobatga bardosh bera oladigan yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlash qobiliyatini, shuningdek, universitet faoliyatining barcha sohalarida rivojlanishini ta'kidlasak bo'ladi. Universitetning raqobatbardoshligini quyidagilar qobiliyati sifatida belgilaymiz:

- 1) ma'lum bir tashqi yoki ichki mehnat bozorida raqobatga bardosh bera oladigan mutaxassislarni tayyorlash;
- 2) o'z sohasida raqobatbardosh innovatsiyalarni ishlab chiqish;
- 3) faoliyatining barcha sohalarida samarali takror ishlab chiqarish siyosatini olib borish.

Muhokama. A.S. Malin o'z ta'rifida raqobatbardosh ustunliklarni asosiy xususiyat sifatida ta'kidlaydi. U universitetning raqobatbardoshligini "universitetda yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlash va boshqa universitetlardagi shunga o'xshash mutaxassislar bilan raqobatlashish hamda ma'lum iste'molchi guruhlarining talablarini qondirish imkonini beruvchi raqobatbardosh ustunliklarning mavjudligi" deb ta'riflaydi. Muallif universitetning raqobatbardoshligiga quyidagilarni bog'laydi: oqilona va samarali tuzilma, universitetda mutaxassislarni tayyorlash uchun sifat menejmenti tizimining mavjudligi, boshqa ta'lim dasturlarini rivojlantirishga ta'sir ko'rsatadigan yuqori raqobatbardosh ta'lim dasturlari guruhining mavjudligi zamonaviy ta'lim, moddiy-texnik bazaga asoslangan yaxshi yo'lga qo'yilgan innovatsion ta'lim va tarbiya jarayoni, mintaqaviy va xorijiy darajalarda ilmiy, texnik, ma'muriy, iqtisodiy va biznes hamkorlikning moslashuvchan tizimining mavjudligi, mehnat bozorini to'liqroq qondirish uchun ta'lim dasturlarining mobilligi, imij, universitetning obro'si hamda mutaxassislarni tayyorlashning narx-sifat nisbati va boshqalar. [15, 52].

Petersonsning ta'rifi shubhasiz qiziqish uyg'otadi, unda universitetning raqobatbardoshligini ta'minlovchi omillardan biri ta'lim muassasasining akademik hamjamiyatga integratsiyalashuvi hisoblanadi. Muallif, shubhasiz, universitetning raqobatbardoshligining eng muhim omillaridan birini - jamoadagi ijtimoiy barqarorlikni, uning universitetni boshqarishdagi ishtirokini ta'kidlaydi. Biz ta'kidlagan tadqiqotchilarning hech biri bu omilni ta'kidlamaganligini ta'kidlamochimiz. Muallif universitetning raqobatbardoshligini quyidagicha belgilaydi – "universitetning ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatidagi holati, bu quyidagilarni ta'minlaydi: a) taqdim etiladigan ta'lim xizmatlarining tegishli sifati (muntazam davlat baholashlari jarayonida tasdiqlangan), iste'molchilarning qoniqishi va ta'lim muassasasining jamoatchilik tomonidan tan olinishi; b) amalga oshirilayotgan tadqiqot loyihalarining dolzarbligi va amaliy ahamiyati; c) ta'lim muassasasining akademik hamjamiyatga, shu jumladan xalqaro hamjamiyatga integratsiyalashuvi; d) moddiy-texnik va axborot bazasini rivojlantirish; d) jamoaning ijtimoiy barqarorligi, uning universitetni boshqarishdagi ishtiroki" [15, 81].

Shunday qilib, turli mualliflarning fikriga ko'ra, universitetning raqobatbardoshligi mehnat bozori talablariga muvofiq yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlash qobiliyati; yuqori sifatli ta'lim xizmatlarini ko'rsatish; iste'molchilarning tegishli ta'lim darajasiga erishish talablarini qondirish; va universitetning raqobatbardosh ustunliklarga ega bo'lishi sifatida belgilanadi. Mualliflarning katta biri raqobatbardoshlikni universitetning iste'molchilarni (abituriyentlarni) o'z ta'lim xizmatlaridan foydalanishga maqsadli ravishda jalb qilish qobiliyati sifatida ko'rib chiqmaydi.

I.V. Gaidamkina o'z ishida oliy ta'lim muassasalari o'rtasidagi raqobatning uch darajasini aniqlaydi. Birinchidan, mintaqaviy universitetlar o'rtasidagi raqobat; ikkinchidan, mahalliy universitetlar va qo'shni mintaqalardagi universitetlar o'rtasidagi raqobat; va uchinchidan, mintaqaviy universitetlar potensial abiturientlar uchun poytaxtdagi universitetlar bilan raqobatlashadi. Mintaqaviy universitetlar o'rtasidagi raqobat ta'lim xizmatlari sohasida eng kuchli hisoblanadi. Ular mintaqadagi ta'lim xizmatlari bozorining katta qismini nazorat qiladi. Har bir muassasa mustaqil bozor siyosatini olib boradi, lekin shu bilan birga, ularning barchasi bir-biriga bog'liq va raqobatchilariga moslashishga majbur [7].

Mintaqaviy universitet ta'lim xizmatlarini ko'rsatuvchi ko'p tarmoqli muassasa bo'lganligi sababli, ma'lum bir mintaqada bitta universitet ma'lum bir ta'lim xizmatini ko'rsatuvchi yagona universitet bo'lishi mumkin. Aksincha, bir nechta universitetlar bir xil mutaxassisliklar bo'yicha ta'lim xizmatlarini taklif qilishi mumkin. Bu shuni anglatadiki, universitetlar bir vaqtning o'zida ma'lum bir mutaxassislik bo'yicha ta'lim xizmatlari bozorining 100% ulushiga va umumiy bozorning kichik ulushiga ega bo'lishi mumkin.

Shunday qilib, mintaqaviy universitetlar o'rtasidagi raqobatning o'zgarishi uchun quyidagi ssenariylarni aniqlash mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-2909-сонли « Олий таълим муассасаларининг моддий-техника базасини мустахкамлаш ва юқори малакали мутахассислар тайёрлаш сифатини тубдан яхшилаш чора-тадбирлари»даги қарори. // 2017 йил 21 апрелдаги 79 (6773).
2. Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш Концепцияси. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрдаги ПФ-5847-сон Фармонида 1-ИЛОВА
3. Longman dictionary of contemporary English. – Edinburgh, 2001. – P. 270.
4. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. А.Мадвалиев таҳрири остида. "Ўзбекистон миллий энциклопедияси" Давлат миллий нашриёти. Тошкент. 2006-2008. 360-бет
5. Артюхов М.В. Управление образовательными системами: менеджмент, маркетинг, человеческие ресурсы: Курс лекций. Часть I. – Новокузнецк: Издательство МОУ ДПО ИПК, 2004. – 269 с.
6. Бездудная А.Г. Ягона таълим макони шароитида таълим хизматларининг рақобатбардошлигини ошириш усуллари: монография / А.Г. Бездудная, О.Ю. Палуба; Россия Федерациясининг хизмат кўрсатган фан арбоби, иқтисод фанлари

Рaqобат quyidagi hollarda kuchayadi:

- ✓ raqobatdosh universitetlar sonining ko'payishi bilan;
- ✓ turli mintaqaviy universitetlarda mutaxassisliklarning nazoratsiz takrorlanishi bilan;
- ✓ mintaqada muvofiqlashtirilgan ta'lim siyosatining yo'qligi bilan;
- ✓ ta'lim xizmatlari iste'molchilari bazasining demografik pasayishi bilan;
- ✓ mintaqaviy ta'lim tizimlaridagi tarkibiy o'zgarishlar bilan;
- ✓ bir yoki bir nechta universitetlar o'z bozor ulushidan norozi bo'lib, uni oshirish uchun raqobatlasha boshlaganda;
- ✓ iqtisodiy sharoitlar universitetlarni mintaqada ichida narxlarini pasaytirishga yoki o'qish to'lovlarini tenglashtirishga majbur qilganda.

Shuni ta'kidlash kerakki, raqobat quyidagilar orqali zaiflashadi – iste'molchilar va mehnat bozori talablarini qondirishga qaratilgan moslashuvchan mintaqaviy ta'lim siyosatini amalga oshirish va mintaqada integratsiyalashgan ilmiy va ta'lim tuzilmalarini (ta'lim majmualarini) yaratish kabilarda.

Keling, yana bir nuqtai nazarni, ya'ni A.G. Bezdudnayaning [6]

ta'lim xizmatlari sohasidagi raqobatning mohiyatini mehnat bozori bilan munosabatlar sifatida taqdim etadigan nuqtai nazarini ko'rib chiqaylik.

Ta'lim xizmatlarining raqobatbardoshligi ularning mehnat bozorining kelajakdagi holatiga yo'naltirilganligi darajasida aks etadi. Rejalashtirilgan iqtisodiyot sharoitida mehnat bozoriga yo'naltirilgan edi, ammo bu raqobat sharoitida amalga oshirilmadi. Shunday qilib, Davlat rejasiga muvofiq, ishga joylashtirish to'g'risidagi qarorlar ishlab chiqarilgan mutaxassislar soni va turiga oid qarorlarga mos kelishi kerak edi. Bugungi kunda talabalarni qabul qilish rejalari va dasturlarini ishlab chiqishda mehnat bozorining kelajakdagi holatini hisobga olish universitetning vazifasidir.

Xulosa. Bugungi kunda ta'limni elita bozoridan ommaviy bozorga o'tkazish bo'yicha global tendensiya kuzatilmoqda, shuningdek, odamlarning tarkibiy ta'lim ehtiyojlari o'zgarib bormoqda. Bu, birinchi navbatda, mehnat bozori inson kapitaliga qo'yadigan yangi talablar bilan bog'liq. Oliy ta'lim bandlik va yuqori turmush darajasining muhim kafolati hisoblanadi. Bundan tashqari, hozirgi bozor umrbod ta'lim tamoyiliga asoslanadi, bu ikkinchi oliy ma'lumot olish va magistratura, aspirantura va doktoranturada o'qishda aks etadi. Bu tendensiyalar ta'lim xizmatlari iste'molchilari sonining o'sishiga ta'sir ko'rsatadi. Aksincha, takliflar soni, ya'ni ta'lim dasturlari ham oshdi. Bugungi kunda ta'lim xizmatlari bozorida ko'plab davlat va xususiy oliy ta'lim muassasalari joylashgan. Bozor iqtisodiyotiga o'tish ta'lim xizmatlari sohasida raqobatning kuchayishiga, shuningdek, talabalar sonini ko'paytirish uchun raqobatga olib keldi. Shuning uchun universitetlarning raqobatbardoshligini oshirish yo'llarini topish va ularning ta'lim xizmatlarini iste'molchilarga targ'ib qilish uchun samarali marketing siyosatini ishlab chiqish juda muhimdir.

доктори, профессор Г.А. Краюхин томонидан таҳрирланган. - Санкт-Петербург: СПбГИУЕ, 2007. - 138.

7. Гаидамакина И.В. Минтақавий университетларнинг рақобатбардошлиги ва ривожланиш стратегияси. Монография. – Орел: ОРАГС нашриёти, 2008. – 124 б.

8. Гелвановский М. Рақобатбардошлик: микро-, мезо- ва макродаражалар. Методологик масалалар. // Россияда олий таълим. - 2006. - № 10. - 32-40-бетлар.

9. Голик А. Университет рақобатбардошлигининг таъқиқ омили тизими. // Россияда олий таълим – 2007. - № 7. – 131-134-бетлар.

10. Голубков Э.П. Маркетинг: Луғат ва маълумотнома. – М.: Дело, 2000. – 440 б.

11. Дмитриева Ю. Касбий стрессни енгиш. // Кадрлар бўлими ходими. Кадрларни бошқариш. - 2009. - № 4. - 54-59-бетлар.

12. Дмитриева Ю. Меҳнат бозорида университет битирувчиларининг ишга жойлашиш шартлари. // Кадрлар бўлими ходими. Кадрларни бошқариш. - 2008. - № 8. - 34-39-бетлар.

13. Завялов П.С. Рақобатбардошлик ва маркетинг // Россия иқтисодий журнали. - 1995. - № 12. - Б. 50 - 55.

14. Иванов Ю.Б. Корхона рақобатбардошлиги омиллари тизими. Илмий ҳисоботнинг препринти. Уфа: Россия Фанлар академиясининг Уфа илмий маркази, 1995. – 32 б.

15. Лазарев В.А., Мокҳначев С.А. Университетнинг бошқарув объекти сифатида рақобатбардошлиги: Монография. – Екатеринбург: “Пригородне Вести” нашриёти, 2003. – 160 б.

16. Лукашенко М. А. Таълим хизматлари бозорида “Рақобат”. // Россияда олий таълим. - 2006. - № 9. - 45-55-бетлар.

17. Малин А.С. Межвузовская и внутривузовская конкуренция образовательных программ высшего профессионального образования. // Современная конкуренция. – 2007. № 6, С. 49-55.