

очередь, увеличивает их ВВП и стимулирует экономический рост. Конечно, могут быть те, кто не видит связи экономического развития и гендерного равенства в стране, но всё же доказано, что между ними сильная корреляция.

Тереза Уитмарш, исполнительный директор Washington State Investment Board, сказала: «Если вы отбрасываете 50% потенциала населения, не удивляйтесь потом, что вы окажетесь в войне за таланты». С ее словами нельзя не согласиться, ведь на сегодняшний день многие развитые страны давно внедряют гендерное равенство в общество, избавляясь от устаревших взглядов и мнений и всё больше стимулируя участие женщин в социальной, общественной и экономической жизни страны. Примерами могут послужить такие страны как Швейцария, Дания, Швеция, Нидерланды и Бельгия, где индекс гендерного неравенства,

который отражает разрыв между мужчинами и женщинами в возможностях в трех аспектах: репродуктивное здоровье, увеличение прав и возможностей, а также на рынке труда, составляет минимальное значение.

Узбекистану, в свою очередь, предстоит проделать немало работы для сокращения разрыва между мужчинами и женщинами, чтобы достичь определенных целей, но, несомненно, уже были сделаны первые шаги на пути к гендерному равенству, что говорит нам о заинтересованности государства в уменьшении этого разрыва путём создания дополнительных рабочих мест, предоставления льготных кредитов, обеспечения возможностей для получения качественного образования и ведения предпринимательской деятельности.

Список использованной литературы:

1. Доклад Всемирного банка на тему «Гендерное равенство: почему оно имеет важное значение, особенно во время кризиса» от 13 апреля 2020 года.
2. Поленина С. В. Гендерное равенство. Проблема равных прав и равных возможностей мужчин и женщин. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 87 с.
3. Доклад ООН о гендерном равенстве.
4. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему ускорению работы по системной поддержке семьи и женщин» от 7 марта 2022 года.
5. Гендерное равенство: поиски решения старых проблем. – М.: Международная организация труда, 2003. – 162 с.

ЎЗБЕКИСТОН ОЛИЙ ТАЪЛИМ ТИЗИМИДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИ ВА УНИ АМАЛГА ОШИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ

Карриева Якутжан Каримовна –
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, ТДИУ

Нематов Иноятилла Убайдуллаевич –
PhD, Ўзбекистон Республикаси олий ва ўрта
махсус таълим вазирлиги бошқарма бошлиғи

Аннотация: Ушбу мақола Ўзбекистон олий таълим тизимида маркетинг стратегияси ва уни амалга ошириш механизмларига бағишланган бўлиб, унда олий таълим соҳасида қўлланиладиган маркетинг стратегияларининг асосий турлари ва уларнинг асосий йўналишлари таҳлил этилган, таълим хизматлари ва таълим хизматлари бозорининг моҳияти ёритилган. Шунингдек, таълим хизматлари бозорини ривожлантиришда маркетинг стратегияси ва хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари асосланган, олий таълим тизимида маркетинг стратегияси ва уни амал қилиш механизмлари тадқиқ қилинган, олий таълим тизимида амалга ошириладиган тизимли ишлар ва асосий кўрсаткичлар таҳлил қилинган, олий маълумотли кадрларга талаб ва таклиф таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: Олий таълим, олий таълим тизимида маркетинг, таълим тизими, маркетинг, стратегия, маркетинг стратегияси, тизим, механизм, стратегиялар механизми, олий таълим муассасалари, “бюртмалар портфели”, “талабалар ва амалиёт бўлими”.

Кириш

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрдаги ПФ-5847-сон фармони билан тасдиқланган “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепцияси”да олий таълим тизимини ривожлантиришнинг қуйидаги стратегик мақсадлари белгиланган: ижтимоий-иқтисодий жиҳатдан барқарор ривожлантириш учун юқори малакали кадрлар тайёрлаш сифатини ошириш;

мамлакатни модернизация қилиш;

халқаро стандартлар асосида юқори малакали, креатив ва тизимли фикрлайдиган, мустақил қарор қабул қила оладиган кадрлар тайёрлаш;

инсон капиталини меҳнат бозори талаблари асосида ривожлантириш;

олий таълим билан қамров даражасини ошириш, уларнинг интеллектуал қобилиятларини намоён этиши ва маънавий баркамол шахс сифатида шаклланиши учун зарур шароит яратиш;

соҳада соғлом рақобат муҳитини шакллантириш, унинг жозибдорлигини ошириш, жаҳон миқёсидаги рақобатбардошлигини таъминлаш[1].

Мазкур стратегик мақсадлар олий таълим тизимида маркетинг стратегиялари бевосита билан боғлиқ албатта. Аммо амалда ушбу стратегик мақсадларни амалга оширишда маркетинг стратегияларидан фойдаланиш имкониятлари жуда ҳам чекланган.

Тадқиқот методологияси

Маркетинг стратегияларидан фойдаланиш имкониятларининг чекланганлиги олий таълим тизимидаги мавжуд қуйидаги муаммо ва камчиликлар билан изоҳланади:

1. Республикада фаолият юритаётган давлат олий таълим муассасаларининг академик ва ташкилий бошқарув соҳасидаги ваколатлари етарли эмас.

2. Ёшларнинг олий маълумот олишга бўлган эҳтиёжларини инобатга олиб, уларга ўқишга кириш учун самарали тайёргарлик кўриш бўйича кўмаклашиш, шунингдек касб-

га йўналтириш ва селекция ишларини янада самарали ташкил этишни кўзда тутган тизим яратилмаган.

3. Давлат олий таълим муассасаларига талабаларни ўқишга қабул қилишнинг қабул параметрларини тасдиқланишини содда лаштириш бугунги кун талабларидан бири ҳисобланади. Қабул параметрларини, айниқса тўлов-контракт асосида ўқишга қабул қилиш параметрларини олий таълим муассасалари томонидан белгиланмаслиги ҳамда бунда ҳар бир талабани харажатини ҳисобга олинмаслиги натижасида олий таълим муассасаларини молиявий мустақиллиги чекланмоқда. Амалдаги тартиб бўйича давлат олий таълим муассасаларига талабаларни ўқишга қабул қилиш тартиби Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан, давлат гранти асосида талабаларни ўқишга қабул қилиш параметрлари эса Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан белгиланади.

4. Халқаро тажрибалар асосида таълим жараёнини шакллантириш тизимли йўлга қўйилмаган. Академик мустақиллик ва халқаро стандартларга ўтиш шароитида ўқув-методик йўналишдаги илғор, долзарб халқаро инновация ва тажрибаларни аниқлаш, ўрганиш ҳамда олий таълим муассасалари таълим амалиётига самарали жорий этиш бўйича мукамал ва тезкор ҳаракатланадиган механизм мавжуд эмас.

5. Талабалар амалиётларини ташкил этишда корхона ва ташкилотлар томонидан етарлича шароитлар яратиб берилмаганлиги сабабли амалиётларни сифатли ташкил этишда муаммолар юзага келмоқда.

6. Республикада ёшларни таълим билан қамраб олиш даражасини ошириш ҳамда олий таълим соҳасида соғлом рақобат муҳитини шакллантириш мақсадида республикамиз ҳудудларида нодавлат олий таълим муассасаларини ташкил этиш борасида бир қатор муаммолар сақланиб қолмоқда.

7. Олий таълим муассасалари ахборот-ресурс марказларининг ягона электрон базасини яратиш ва ўқув адабиётларини фойдаланувчиларга тезкор етказиш тизимини та-

комиллаштириш зарурияти мавжуд.

8. Республика олий таълим муассасаларида илмий салоҳият кўрсаткичи (38 фоиз) пастлигича қолмоқда.

9. Республика олий таълим муассасаларининг халқаро тан олинishi ва дунё университетлари рейтингда эгаллаган ўрни пастлигича қолмоқда.

10. Республика олий таълим муассасаларида фаолият юритаётган профессор-ўқитувчиларнинг нашр фаоллиги кўрсаткичи паст даражада қолмоқда. Халқаро тан олинган “Scopus”, “Web of Science” каби илмий-техник маълумотлар базаларида индексланган илмий журналларда чоп этилган мақолалар сони республикадаги илмий даражали кадрлар сонига нисбатан паст ва бу олий таълим муассасаларини халқаро рейтингларга киришига тўсқинлик қилмоқда.

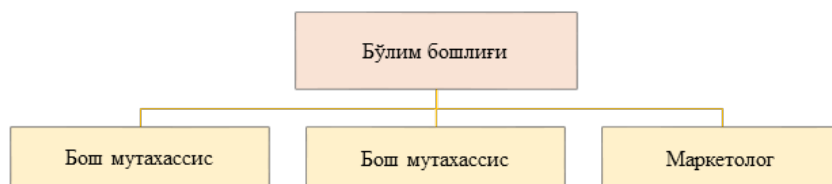
11. Олий таълим муассасаларининг илмий-тадқиқот лабораторияларини асосан хорижда ишлаб чиқарилган замонавий жиҳоз ва ускуналар билан жиҳозлаш жараёнида мураккаб тартиб юзага келмоқда. Уларни ишлатиш учун

керакли материаллар (жумладан, реагентлар) ва малакали мутахассислар етарли эмас. Шу билан бирга, ҳозирги кунда 15 та олий таълим муассасасида 39 та илмий лаборатория мавжуд. Аммо, республика миқёсидаги аксарият олий таълим муассасаларида замонавий илмий лабораторияларнинг жиҳозланиши талаб даражасида эмас.

12. Олий таълим муассасалари педагог ходимларини ишга қабул қилиш тизимининг шаффоф ва очиқ механизми яратилмаган.

13. Давлат олий таълим муассасаларида ўзлари ишлаб топган ва Ривожлантириш жамғармасига тушган маблағларини сарфлашда бир қанча чекловлар (нормалар) мавжуд. Бу эса олий таълим муассасаларига қўшимча маблағлар ишлаб топишга ва уларни мустақил сарфлашга тўсқинлик қилмоқда.

Ҳозирги кунда ҳар бир давлат олий таълим муассасаларида “Маркетинг ва талабалар амалиёти бўлими” ташкил этилган. Қуйидаги расмда ушбу бўлимнинг ташкилий тузилишини кўриш мумкин.



1-расм. Маркетинг ва талабалар амалиёти бўлимининг ташкилий тузилмаси

Ушбу бўлимлар Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2005/2006 ўқув йилида Ўзбекистон Республикаси олий таълим муассасаларига қабул тўғрисида” 2005 йил 2 июндаги ПҚ-92-сон, “Республика олий таълим муассасаларига қабул параметрларини шакллантириш механизмини янада такомиллаштириш чоралари тўғрисида” 2015 йил 23 июндаги ПҚ-2360-сон, “Олий ва ўрта махсус таълим тизимига бошқарувнинг янги тамойилларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” 2019 йил 11 июлдаги ПҚ-4391-сон қарорлари ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Таълим бозорини шакллантириш ва кадрлар тайёрлаш соҳасида маркетингни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” 1998 йил 28 январдаги 48-сон қарори

[2] асосида ишлаб чиқилган намунавий Низом асосида ўз фаолиятларини олиб боради.

Тадқиқот натижалари

Ушбу бўлимлар олдида қуйидаги вазифаларни бажариш қўйилган:

бакалаврият таълим йўналишлари ва магистратура мутахассисликлари бўйича битирувчиларга талаб ва таклифлар нисбатини ўз ичига олган ҳолда таълим хизматлари истеъмолчилари тузилмасини баҳолаш, географик жойлашишини аниқлаш ва гуруҳлаш, потенциал имкониятларини ташхис қилиш орқали тўлиқ маълумотлар банкни яратиш;

олий таълим муассасасида тайёрланаётган олий маълумотли кадрларга корхона, муассаса ва ташкилотларнинг эҳтиёжини ўрганиш осида маълумотлар базасини шакллантириш;

тайёрланаётган кадрлар сифатини оширишга тааллуқли долзарб масалаларни олий таълим муассасасининг Кенгашларида муҳокамага қўйиш учун киритиш, бу борада олий таълим муассасасининг тегишли бўлимлари билан ҳамкорликни йўлга қўйиш;

олий таълим муассасасида кадрлар тайёрлаш ва давлат гранти асосида битирувчиларни ишга тақсимлаш мониторингини юритиш, битирувчиларни ишга жойлашишини тизимли таҳлил қилиш ва баҳолаб бориш;

таълим соҳаси бўйича бозор муносабатларини босқичма-босқич ривожлантириш, уни такомиллаштиришга кўмаклашиш, ёш мутахассисларга бўлган талаб кўрсаткичлари асосида битирувчи бакалавр ва магистрлар учун реал “буюртмалар портфели”ни шакллантириш;

олий таълим муассасаси фаолиятини кадрларга бўлган талаб ва эҳтиёжларни қондиришга йўналтириш;

олий таълим тизимида маркетинг хизмати жараёнларининг тез ўзгарувчанлиги ва меҳнат бозори ривожланиш динамикаси билан ўзаро боғлиқлигини ҳисобга олган ҳолда потенциал иш берувчилар (истеъмолчилар) билан ҳамкорликда республика иқтисодиёти тармоқлари ва соҳаларининг олий маълумотли ёш мутахассисларга бўлган эҳтиёжини ҳудудлар бўйича ўрганиш;

хизматлар бозори конъюктурасининг ўзгаришини таҳлил қилиб бориш ҳамда янгича ривожланиш йўналишларини белгилаш юзасидан таклифлар тайёрлаш;

иқтисодиёт тармоқлари талаб-эҳтиёжлари асосида ҳамда ҳудудларнинг жорий ва истиқболли ривожланиш дастурларига мувофиқ олий маълумотли кадрлар тайёрлаш бўйича амалий таклифлар ишлаб чиқиш;

мутахассис кадрлар тайёрлашда манфаатдор ташкилотлар билан ўзаро ҳамкорлик ва алоқа ўрнатиш, жумладан, кадрлар сифати ва салоҳияти борасидаги фикрларни ўрганиш;

кадрлар тайёрлаш йўналишлари ва таълим хизматлари бозорига оид қарор лойиҳаларини тайёрлаш ва амалиётга жорий этишда иштирок этиш;

рақобатбардош, юқори малакали кадрлар тайёрлашни таъминлаш бўйича таклифлар ишлаб чиқиш;

ёш мутахассислардан кадрлар истеъмолчиларининг талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда фойдаланилишига кўмаклашиш;

кадрлар тайёрлаш жараёнида буюртмачиларнинг кадрлар сифатига доир талабларини олий таълим муассасаси кенгашида муҳокама қилиш;

мутахассислик кафедралари ва кадрлар буюртмачиларининг ўзаро ҳамкорлигини таъминлаш;

битирувчи талабалар амалиётини талаба ишга жойлашадиган корхона ва ташкилотларда ташкил этиш;

ички ва ташқи меҳнат бозорлари конъюктураларини доимий ўрганиб бориш, қабул параметрларига таклифларни истеъмолчиларнинг битирувчиларга бўлган буюртмалари асосида шакллантириш, қабул, талабалар контингенти, битирувчиларни ишга жойлаштириш тўғрисидаги олий таълим муассасасининг маълумотлар базасини ташкил этиш;

битирувчини ишга тақсимлашда истеъмолчилар ва мутахассислик кафедраларининг ёш мутахассис тўғрисидаги тавсия ва таклифларини мавжуд вазиятдан келиб чиққан ҳолда эътиборга олинишига эришиш;

талабалар малакавий амалиётини ташкил этишга оид шартномалар имзоланишини ва белгиланган тартибда тегишли ташкилотларда ташкил этилишини таъминлаш;

талабалар амалиётини ташкил этиш жараёнларини ўрганиш, таҳлил қилиш ҳамда муаммоларни бартараф этиш юзасидан таклифларни ишлаб чиқиш;

талабалар амалиётини ташкил этиш бўйича илғор хорижий ва миллий тажрибаларни ўрганиш ҳамда уни татбиқ этиш юзасидан таклифлар тайёрлаш.

Бугунги кунда олий таълимда амалга оширилаётган ислохотлар олий таълим мазмунини замонавий талаблар асосида такомиллаштириш, кадрлар буюртмачилари талаблари даражасида касбий билим, малака ва амалий кўникмаларга эга бўлган етук мутахассислар тайёрлашни тақозо этмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2008 йил 1 апрелдаги “Иқтисодиётнинг реал тармоқлари ва соҳаларида талаб қилинган профессионал кадрлар тайёрлашни

таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги -2961сонли Фармойиши асосида (-2.8расм):

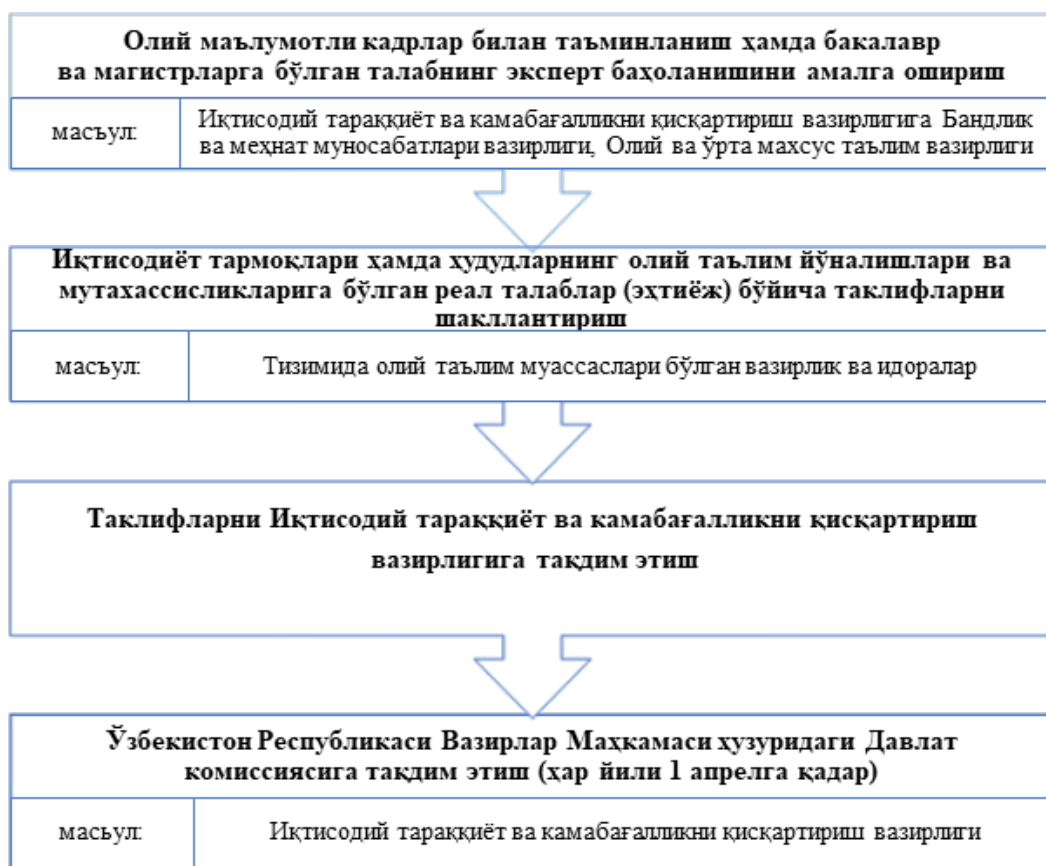
доимий асосда йўналишлар, мутахассисликлар ва аниқ касблар бўйича иқтисодиётнинг реал тармоқлари ва соҳаларида, республика минтақалари доирасида олий ўқув юртлари битирувчиларига бўлган талаб бўйича мониторинг олиб бориш;

иқтисодиёт тармоқларини олий маълумотли кадрлар билан таъминланишини, иқтисодиёт тармоқлари бўйича ва ҳудудларда аниқланган тегишли йўналиш ва мутахассисликлар кесимида кадрларга бўлган талаб-

нинг эксперт баҳоланишини таъминлаш;

кадрларга реал талаблар асосида грант ва шартнома тўлови билан қабул қилиш бўйича квоталарни белгилаган ҳолда келаётган ўқув йилига талабаларни қабул қилиш параметрларини белгилаш;

ҳар йили 1 апрелгача Давлат комиссиясига тегишли йўналишлар ва мутахассисликлар бўйича олий таълим муассасаларига талабаларни қабул қилиш бўйича асосланган таклифларни тақдим этиш вазифалари топширилган.



2-расм. Республика олий таълим муассасаларининг қабул параметрларини шакллантириш схемаси

Мазкур қарорга мувофиқ ҳар ўқув йилида тизимида олий таълим муассасалари фаолият юритаётган вазирлик ва идоралар томонидан ҳар бир таълим йўналиши ва мутахассислиги кесимида потенциал иш берувчи корхона, ташкилот ва муассасаларнинг олий маълумотли кадрларга бўлган истиқболли эҳтиёжларига мувофиқ қабул квоталарига таклифлар шакллантирилади.

Шунингдек, таълим йўналишлари ва мутахассисликлар таркиби ҳамда қабул квоталарини иқтисодиётнинг соҳавий ва ҳудудий эҳтиёжларига мувофиқ шакллантириш мақсадида тегишли чора-тадбирлар амалга оширилади ҳамда республика олий таълим муассасаларига ҳар ўқув йили учун қабул параметрлари борасида таклифлар ишлаб чиқилади.

Таҳлиллар

2017-2021 йилларда олий таълим тизимини комплекс ривожлантириш Дастури кўра “олий маълумотли кадрлар тайёрлаш миқдорий кўрсаткичлари ва таълим йўналишлари (мутахассисликлари) таркибини ҳудудлар ва иқтисодиёт тармоқларининг ривожланиши устувор йўналишларига мувофиқ белгилаш, 2017–2021 йилларда тармоқ ва ҳудудий дастурлар лойиҳаларининг амалга оширилишини ҳисобга олган ҳолда олий таълим муассасаларида янги таълим йўналишлари бўйича кадрлар тайёрлашни ташкил этиш, иқтисодиёт тармоқлари ва ҳудудларни ривожлантиришнинг ўзига хослиги ва устувор йўналишларини ҳисобга олган ҳолда республика ҳудудларидаги мавжуд олий таълим муассасаларини қайта иxtисослаштириш ва олий таълим муассасалари филиалларини ташкил қилиш” [3] юзасидан вазибалар белгиланган.

Айрим олий таълим муассасалари томонидан маркетинг стратегиялари ишлаб чиқилган бўлса-да, ушбу маркетинг стратегиялари талаб даражасида шакллантирилмаган ва самарадорлиги баҳоланмаган.

Хулоса ва таклифлар

Хулоса қилиб айтганда маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, ундан самарали фойдаланиш имкониятларининг чекланганлиги, олий таълим муассасаларининг тегишли бўлимлари томонидан олдига қўйилган вазибаларни бажариш талаб даражасида йўлга қўйилмаганлиги Ўзбекистон олий таълим тизимида маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва уни амал қилиш механизмларини такомиллаштириш лозимлигини кўрсатмоқда.

1. Республика олий таълим тизимини таҳлил қилишда бир қатор муаммо ва камчиликлар сақланиб қолаётганлиги маълум бўлмоқда. Жумладан:

а) Халқаро тажрибалар асосида таълим жараёнини шакллантириш тизимли йўлга қўйилмаган. Академик мустақиллик ва халқаро стандартларга ўтиш шароитида ўқув-методик йўналишдаги илғор, долзарб халқаро инновация ва тажрибаларни аниқлаш, ўрганиш ҳамда олий таълим муассасалари таълим амалиётига самарали жорий этиш бўйича мукамал ва тезкор ҳаракатланадиган меха-

низм мавжуд эмас.

б) Ёшларнинг олий маълумот олишга бўлган эҳтиёжларини инобатга олиб, уларга ўқишга кириш учун самарали тайёргарлик кўриш бўйича кўмаклашиш, шунингдек касбга йўналтириш ва селекция ишларини янада самарали ташкил этишни кўзда тутган тизим яратилмаган.

в) республикадаги давлат олий таълим муассасаларининг академик ва ташкилий бошқарув соҳасидаги ваколатлари етарли бўлмаганлиги сабабли таълим сифатини таъминлаш ва таълим жараёнларини ўз вақтида ҳамда талаб даражасида ташкил этишда муаммолар сақланиб қолмоқда.

г) республикадаги ёшларни олий таълим билан қамраб олиш даражасини ошириш ҳамда олий таълим соҳасида соғлом рақобат муҳитини шакллантириш мақсадида республикамиз ҳудудларида нодавлат олий таълим муассасаларини ташкил этишда оз бўлсаям муаммолар мавжуд.

2. Иш берувчиларда олий маълумотли мутахассисларни ишга олиш жараёнида муаммолар келиб чиқмоқда. Ушбу муаммоларнинг келиб чиқишига асосий сабаб ёш мутахассисларнинг ташкилот таклиф этаётган маошдан юқори маош талаб қилаётганлиги, бир вақтнинг ўзида меҳнат бозорида етарли даражадаги малакага эга бўлган кадрларга эҳтиёж кузатилмоқда.

3. Абитуриентлар ва талабаларни касб-хўнарга йўналтириш тубдан яхшиланишга муҳтож. Айни вақтда умумий ўрта ва ўрта махсус таълим тизимлари кам даражада мутахассислик танлашга таъсир этмоқда.

4. Айни дамда мамлакатда олий таълим муассасалари билан яқин ҳамкорлик қилиш борасида томонлар манфаатларини ифодалайдиган тизим мавжуд эмас.

5. Маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, ундан самарали фойдаланиш имкониятларининг чекланганлиги, олий таълим муассасаларининг тегишли бўлимлари томонидан олдига қўйилган вазибаларни бажариш талаб даражасида йўлга қўйилмаганлиги Ўзбекистон олий таълим тизимида маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва уни амал қилиш механизмлари шакллантириш лозимлигини кўрсатмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2026-2022 йилларга мулжалланган Янги Ўзбекистон Республикасини Тараққиёт стратегияси тўғрисида” ПФ-60-сон фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрдаги «Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида» ПФ-5847-сон фармони.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 11 июлдаги “Олий ва ўрта махсус таълим тизимида бошқарувнинг янги тамойилларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПҚ-4391-сон қарор. <https://lex.uz/uz>
4. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт: учебное пособие/ А.Л. Коблева, Т.Ф. Маслова. – Ставрополь: Ставролит, 116 – .2019 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник/ Р.А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО “Бизнес-школа, Интел-Синтез”, 640 – .2000 с.
6. Карриева Я.К. Халқаро маркетинг. Ўқуи қўлланма. – Т.: ФАН. 2005
7. <https://edu.uz> – Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг расмий веб-сайти.

BENCHMARKING THE SECRET OF SUCCESS OF AUTOMOBILE COMPANIES

БЕНЧМАРКИНГ АВТОМОБИЛСОЗЛИК КОМПАНИЯЛАРИНИНГ МУВАФФАҚИЯТ СИРИМИ

БЕНЧМАРКИНГ – КАК СЕКРЕТ УСПЕХА АВТОМОБИЛНЫХ КОМПАНИЙ

Каримов Норбой Ғаниевич –

*Тошкент давлат иқтисодиёт университети иқтисод
фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон*

Набиева Феруза Одилевна –

*Тошкент давлат иқтисодиёт университети Рақамли иқтисодиёт ва ахборот
технологиялари кафедраси ассистенти, тадқиқотчи, Ўзбекистон*

Аннотация: Ушбу мақолада стратегик ва инқирозга қарши бошқарувнинг самарали усули сифатида – бенчмаркинг инструменти тадқиқ этилди. Мақолада бенчмаркинг компаниянинг энг яхши тажрибасини аниқлаш ва жорий этиш учун янада муваффақиятли компанияларнинг (бир соҳада ҳам, глобал миқёсда ҳам) самарадорлик кўрсаткичлари ва технологияларини қиёсий таҳлил қилиш механизми сифатида ўрганилди. Бенчмаркинг тушунчасини ўзбек автомобилсозлик саноатида қўлланилиши зарурияти ва аҳамияти ўрганилиб, бенчмаркинг тушунчаси ва унинг автомобилсозликда қўлланилган кейс-тадқиқотлар натижалари таҳлил қилинди, бенчмаркинг методикаси асосида рақобат модели ишлаб чиқилди ва шу асосда UzAuto Motors АЖ корхонасининг жорий молиявий кўрсаткичлари тадқиқ қилинди, дунё автомобилсозлик соҳасидаги энг илғор 3 та компания танлаб олинди ва ўрганиб чиқилди. Қиёсий таҳлил асосида UzAuto Motors танлаб олинган рақобатчи корхоналар билан бенчмаркинг инструментида самарали фойдаланиш асосида солиштирилди ва уни монополиядан чиқариш ва рақобатбардошлигини ошириш бўйича таклиф ва хулосалар ишлаб чиқилди.

Калит сўзлар: автомобилсозлик, ахборот тизими, бенчмаркинг, бозор, инвентаризация, маркетинг, молиявий кўрсаткичлар, монополия, қиёсий таҳлил, рақобат, стратегия, таққослаш, харажат.