

Bosh ilmiy-metodik
markaz

2022

O'quv-uslubiy majmua

**UNIVERSITET 3.0
MODELI VA
INNOVATSION
FAOLIYATNI
RIVOJLANTIRISH**

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI**

**OLIV TA‘LIM TIZIMI PEDAGOG VA RAHBAR KADRLARINI QAYTA
TAYYORLASH VA ULARNING MALAKASINI OSHIRISHNI TASHKIL
ETISH
BOSH ILMIV - METODIK MARKAZI**

“Ta‘lim tizimi menejmenti” yo‘nalishi uchun

**“UNIVERSITET 3.0 MODELI VA INNOVATSION
FAOLIYATNI RIVOJLANTIRISH”**

moduli bo‘yicha

O‘QUV–USLUBIY MAJMU‘A

Modulning o‘quv-uslubiy majmuasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligining 2020 yil 7 dekabrda 648-sonli buyrug‘i bilan tasdiqlangan “Ta’lim tizimi menejmenti” qayta tayyorlash va malaka oshirish yo‘nalishi o‘quv reja va dasturiga muvofiq ishlab chiqilgan.

Tuzuvchilar: **R.Nurimbetov** – iqtisodiyot fanlari doktori, professor,
N.Xaqnazarova – pedagogika fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD).

Taqrizchi: **M.A.Maxkamova** – iqtisodiyot fanlari doktori, professor

O‘quv -uslubiy majmua Bosh ilmiy-metodik markaz Ilmiy-metodik Kengashining qarori bilan nashrga tavsiya qilingan
(2022 yil “24” dekbardagi 6/4-sonli bayonnoma)

MUNDARIJA

I. ISHCHI DASTUR.....	5
II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA’LIM METODLARI.....	22
III. NAZARIY MATERIALLAR.....	32
IV. AMALIY MASHG‘ULOTLAR MATERIALLARI.....	134
V. GLOSSARIY.....	163
VI. ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	175

I. ISHCHI DASTUR

Kirish

So‘ngi yillarda respublikamizda oliy ta‘lim tizimini tubdan isloh etish borasida qator ishlar amalga oshirilmoqda. Xususan, bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni bilan tasdiqlangan “2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar Strategiyasi”da milliy kadrlarning raqobatbardoshligi va umumjahon amaliyotiga asoslangan oliy ta‘lim milliy tizimining sifati oshishiga qaratilgan qator muhim vazifalar belgilab berilgan.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublika Prezidentining 2019 yil 8 oktabrdagi PF-5847-son Farmoni bilan tasdiqlangan “O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta‘lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi”da oliy ta‘lim jarayonlariga raqamli texnologiyalar va zamonaviy o‘qitish usullarni joriy etish, yoshlarni ilmiy faoliyatga keng jalb etish, muhandislik-texnik ta‘lim yo‘nalishlarida tahsil olayotgan talabalar ulushini oshirish, kredit-modul tizimini joriy etish, o‘quv rejalarida amaliy ko‘nikmalarni oshirishga qaratilgan mutaxassislik fanlari bo‘yicha amaliy mashg‘ulotlar ulushini oshirish bo‘yicha aniq vazifalar belgilab berilgan.

Dastur O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentabrda tasdiqlangan “Ta‘lim to‘g‘risida”gi Qonuni, O‘zbekiston Respublikasining “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to‘g‘risida”gi, “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”gi Qonunlari hamda O‘zbekiston Respublikasida ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-4947-son, 2019 yil 27 avgustdagi “Oliy ta‘lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to‘g‘risida”gi PF-5789-son, 2019 yil 8 oktabrdagi “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-son Farmon va Qarorlari hamda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 23 sentabrdagi “Oliy ta‘lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 797-sonli Qarorida belgilangan ustuvor vazifalar mazmunidan kelib chiqqan holda tuzilgan bo‘lib, u oliy ta‘lim muassasalari pedagog kadrlarining kasb mahorati hamda innovatsion kompetentligini rivojlantirish, sohaga oid ilg‘or xorijiy tajribalar, yangi bilim va malakalarni o‘zlashtirish, shuningdek amaliyotga joriy etish ko‘nikmalarini takomillashtirishni maqsad qiladi.

Bugungi kunda respublikada ta‘lim tizimini mustahkamlash, uni zamon

talablari bilan uyg'unlashtirishga katta ahamiyat berilmoqda. Bunda mutaxassis kadrlarni tayyorlash, ta'lim va tarbiya berish tizimi islohotlar talablari bilan chambarchas bog'langan bo'lishi muhim ahamiyat kasb etadi. Zamon talablariga javob bera oladigan mutaxassis kadrlarni tayyorlash, Davlat talablari asosida ta'lim va uning barcha tarkibiy tuzilmalarini takomillashtirib borish oldimizda turgan dolzarb masalalardan biridir.

Mazkur dasturda asosan oxirgi 20-30 yilda rivojlangan xorijiy davlatlar amaliyotida o'zining ijobiy natijasini berib kelayotgan universitet 3.0 konsepsiyasi asosida oliy ta'lim muassasalarida ta'lim, ilmiy-tadqiqot va innovatsion faoliyatning natijalarini tijoratlashtirish jarayonlarini tashkil etish va samaradorligini oshirish usullari, o'quv va ilmiy-tadqiqot jarayonining uslubiy ta'minoti, bu boradagi ishlarni respublikada rivojlantirishga qaratilgan ta'lim hamda ilmiy faoliyat sohasiga oid qonun hujjatlari va ularning mazmuni, oliy ta'limning normativ-huquqiy asoslari bayon etilgan.

Modulning maqsadi va vazifalari

Modulning maqsadi: Oliy ta'lim muassasalari rahbar kadrlarining oliy ta'lim muassasalarida «Universitet 3.0» konsepsiyasi asosida ta'lim, ilmiy-tadqiqot va innovatsion faoliyat natijalarini tijoratlashtirish borasidagi bilim, ko'nikma, malaka va kompetensiyalarini oshirishdan iborat.

Modulning vazifalari:

- universitet 3.0 modelini joriy etish borasidagi normativ-huquqiy hujjat sifatida qonun va qonun osti hujjatlarini tahlil etish;

- universitet 3.0 konsepsiyasi asosida ta'lim jarayonlarini tashkil etish, ilmiy-tadqiqot va innovatsion faoliyat samaradorligini ta'minlashning innovatsion metodlarini tahlil qilish;

- universitet 3.0 konsepsiyasi asosida oliy ta'lim muassasalari, rahbar kadrlar va ilmiy-pedagoglar faoliyatini hamda o'quv jarayonining uslubiy ta'minotini tahlil qilish;

- universitet 3.0 modeli asosida professor-o'qituvchilar, ilmiy-pedagog kadrlarning ilmiy-tadqiqot va innovatsion faoliyatini rejalashtirish, tartibga solish;

- tinglovchilarda oliy ta'lim muassasalarida ta'lim, ilmiy-tadqiqot va tijoratlashtirish faoliyatini amalda qo'llash ko'nikmasi va malakalarini shakllantirish;

- tinglovchilarda akademik va innovatsion-tadbirkorlik madaniyatni shakllantirish;

- tinglovchilarda oliy ta'lim muassasalarida ilmiy-tadqiqot, innovatsion faoliyat va akademik safarbarlik natijalari samaradorligini oshirish orqali

dunyoning TOP 1000 ta universitetlari ro'yxatiga kirish borasidagi bilim va ko'nikmalarini shakllantirish.

Modul bo'yicha tinglovchilarning bilimi, ko'nikmasi, malakasi va kompetensiyalariga qo'yiladigan talablar

“Universitet 3.0 modeli va innovatsion faoliyatni rivojlantirish” modulini o'zlashtirish jarayonida amalga oshiriladigan masalalar doirasida:

Tinglovchi:

- O'zbekiston Respublikasining “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida”gi, “Innovatsion faoliyat to'g'risida”gi Qonunlari hamda O'zbekiston Respublikasida ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi mazmun va mohiyatini;

- O'zbekiston Respublikasida ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirishning maqsadi, vazifasi va uning metodologik asoslarini;

- ilmiy-tadqiqot natijalarini tijoratlashirish va innovatsion faoliyatning huquqiy asoslarini;

- ilmiy ishlanmalar va tijoratlashirish ob'ektlari, innovatsion ishlanmalar, davlat ilmiy-texnik dasturlari, loyihalari, startup-loyihalarni rasmiylashtirish usullarini;

- oliy ta'lim muassasalarida ta'lim, fan, innovatsiya va ilmiy tadqiqotlar natijalarini tijoratlashirishning uzviy bog'liqligini nazarda tutuvchi «Universitet 3.0» konsepsiyasi mazmunini;

- Universitet 3.0 modeli va uning samaradorligini;

- ta'lim tizimida innovatsion faoliyatni tashkil qilishning xorij tajribasini;

- oliy ta'limning zamonaviy innovatsion modellari va uning samaradorligini

bilishi;

- O'zbekiston Respublikasining “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida”gi, “Innovatsion faoliyat to'g'risida”gi Qonunlari hamda O'zbekiston Respublikasida ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi asosida innovatsion ishlanmalar, davlat ilmiy-texnik dasturlari, loyihalari, startup-loyihalarni rasmiylashtirish;

- oliy ta'lim muassasalarida ta'lim, fan, innovatsiya va ilmiy tadqiqotlar natijalarini tijoratlashirishning uzviy bog'liqligini nazarda tutuvchi «Universitet 3.0» konsepsiyasini bosqichma-bosqich joriy etish;

- ilm-fan taraqqiyotiga ko'maklashuvchi zamonaviy axborot muhitini shakllantirish;

- universitet 3.0 modelining tashkil qilishning xorij tajribasini amaliyotga joriy qilish;

- fan, ixtirochilik va texnologiyalar transferini rivojlantirish;

- o'z-o'zining tadqiqotchi sifatida nashr faolligini rivojlantirish;

- akademik safarbarlik faoliyati samaradorligini oshirish;
- xalqaro ilmiy-texnik ma'lumotlar bazalaridagi jurnallarda ilmiy maqolalarni chop etish **ko'nikma va malakalarini egallashi**;
- O'zbekiston Respublikasining "Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida"gi, "Innovatsion faoliyat to'g'risida"gi Qonunlari hamda O'zbekiston Respublikasida ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi asosida o'zining ilmiy-pedagogik va innovatsion faoliyatini olib borish;
- oliy ta'lim muassasalarida «Universitet 3.0» konsepsiyasi asosida ta'lim, fan, innovatsiya va ilmiy tadqiqotlar natijalarini tijorlashtirish;
- Universitet 3.0 modeli asosida "Fan-ta'lim-ishlab chiqarish" integratsiyasi muammolarini yechish;
- Universitet-3.0 modeli asosida OTM mavjud muammolarini hal etish borasida chora-tadbirlar ishlab chiqish;
- o'z-o'zini innovator-tadqiqotchi sifatida rivojlantirish;
- Scopus, ScienceDirect, Web of Science xalqaro ilmiy-texnik ma'lumotlar bazalaridagi jurnallarda ilmiy maqolalarni chop etish **kompetensiyalarini egallashi lozim**.

Modulni tashkil etish va o'tkazish bo'yicha tavsiyalar

"Universitet 3.0 modeli va innovatsion faoliyatni rivojlantirish" moduli ma'ruza va amaliy mashg'ulotlar shaklida olib boriladi.

Modulni o'qitish jarayonida ta'limning zamonaviy metodlari, axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish nazarda tutilgan:

- ma'ruza darslarida zamonaviy kompyuter texnologiyalari yordamida taqdimotli va elektron-didaktik texnologiyalardan;
- o'tkaziladigan amaliy mashg'ulotlarda zamonaviy kompyuter texnologiyalari yordamida va aqliy hujum, videousul, SWOT, "KWHL", "WIH", SCAMPER, loyiha, kichik guruhlar bilan ishlash va boshqa interaktiv ta'lim usullarini qo'llash nazarda tutiladi.

Modulning o'quv rejadagi boshqa modullar bilan bog'liqligi va uzviyligi

"Universitet 3.0 modeli va innovatsion faoliyatni rivojlantirish" moduli mazmuni o'quv rejadagi "Oliy ta'limni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari", "Oliy ta'limda inson resurslarini boshqarish", "Ta'lim menejmentida PR – mexanizmi" va "Moliyaviy o'z-o'zini ta'minlash jarayonida ta'lim muassasalari faoliyatini tashkil etish va boshqarish" o'quv modullari bilan uzviy bog'langan holda oliy ta'lim muassasalari rahbar va professor-o'qituvchilarining kasbiy va pedagogik mahorat darajasini orttirishga xizmat qiladi.

Modulning oliy ta'limdagi o'rni

Mazkur modulni o'zlashtirish orqali tinglovchilar ilmiy tadqiqotlar, innovatsiyalar va ularni tijoratlashtirish faoliyatini yaxshilash, yangi texnologiyalarni yaratish, zamonaviy oliy ta'lim muassasalarida ilmiy-tadqiqot va innovatsion faoliyatni samarali tashkil etish orqali akademik tadbirkorlik va ilmiy-tadqiqot natijalarini tijoratlashtirish samaradorligini oshirishga doir kasbiy kompetentlikka ega bo'ladilar.

MODUL BO'YICHA SOATLAR TAQSIMOTI

№	Modul mavzulari	Auditoriya o'quv yuklamasi		
		Jami	Nazariy	Amaliy mashg'ulot
1.	<p>Tadbirkorlik universitetlari - universitet 3.0 konsepsiyasining zamonaviy rivojlanish bosqichlari.</p> <p>O'zbekiston Respublikasida ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirishning maqsadi va vazifalari. Universitetlarning paydo bo'lishi va universitet konsepsiyasi evolyusiyasi. Tadbirkorlik universiteti – universitet rivojlanishining zamonaviy bosqichi sifatida – 3.0 konsepsiyasi. Ilmiy-ta'lim sohasida texnologiyalar transferini rivojlantirishning xorijiy tajribasi.</p>	2	2	
2.	<p>Universitet 3.0 modelida bilimlarni tarqatish, generatsiyalash va tijoratlashtirish uchun axborot tizimlarini loyihalashtirish asoslari.</p> <p>Texnologiyalarni tijoratlashtirish modellari. Transfer texnologiyalar: transfer markazlari va texnologiyalarni tijoratlashtirishni informatsion qo'llab-quvvatlash. Universitet 3.0 modelida bilimlarni tarqatish, generatsiyalash va tijoratlashtirish uchun axborot tizimlarini loyihalashtirish.</p>	2	2	

3.	<p>Oliy ta'lim muassasalarida ta'lim xizmati marketing faoliyatini strategik rejalashtirish.</p> <p>Ta'lim xizmatlari marketingi tushunchasi va uning o'ziga xos jihatlari. Oliy ta'lim muassasalarida ta'lim xizmati marketing faoliyatini strategik rejalashtirish. Benchmarkingning oliy ta'limda ta'lim sifatini oshirishdagi o'rni. OTMLar reytingi va tashqi omillar.</p>	2	2	
4.	<p>Tadbirkorlik universiteti - universitet-3.0 konsepsiyasini shakllantirish chora-tadbirlarini ishlab chiqish.</p> <p>Ta'lim muassasining ta'lim bozorida samarali faoliyat yuritishi uchun ta'sir etadigan muhim tashqi va ichki omillarni tahlil etish. Oliy ta'limning marketing muhitini baholash va prognoz qilish uchun STEP-tahlilini qo'llash.</p>	2		2
5.	<p>Universitet 3.0 modeli asosida "Ilmiy maktablar, transfer va innovatsiyalar" bo'yicha oliy ta'lim muassasasi ichki muhiti tahlili.</p> <p>Oliy ta'lim muassasasi ichki muhiti tahlilini amalga oshirish. Oliy ta'lim muassasasining maqsadlarini amalga oshiradigan komponentlar yig'indilari. Oliy ta'lim muassasasi faoliyatini strategik rejalashtirish doirasida ichki muhitni tahlil etish. SWOT- tahlilini qo'llash orqali ichki muhit keltirib chiqaradigan tahdidlar, xavflar, risklarni aniqlash.</p>	4		4
6.	<p>Universitet-3.0 modeli asosida OTM mavjud muammolarini hal etish borasida chora-tadbirlar ishlab chiqish.</p> <p>Universitet-3.0 modeli asosida OTM kuchli tomonlarni yanada kuchaytirish hamda ojiz tomonlarni yo'qotish. Universitet-3.0 modeli asosida OTMga tashqi qulay ta'sirlarni kuchaytirish borasida amalga oshiriladigan ishlar. Universitet-3.0 modeli asosida tashqi xavflar, tahdidlar va risklarga qarshi turish.</p>	4		4
7.	<p>"Amaliyotda innovatsion tarkibiy o'zgarishlar oynasi" metodikasi bo'yicha OTMda ilmiy tadqiqot ishlari samaradorligini oshirish chora-</p>	2		2

	tadbirlarini ishlab chiqish yo‘llari. “Amaliyotda innovatsion tarkibiy o‘zgarishlar oynasi” metodikasi algoritmini o‘rganish.			
	Jami:	18	6	12

NAZARIY MASHG‘ULOTLAR MAZMUNI

1-MAVZU: TADBIRKORLIK UNIVERSITETLARI - UNIVERSITET 3.0 KONSEPSIYASINING ZAMONAVIY RIVOJLANISH BOSQICHLARI. (2 soat)

O‘zbekiston Respublikasida ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirishning maqsadi va vazifalari. Universitetlarning paydo bo‘lishi va universitet konsepsiyasi evolyusiyasi. Tadbirkorlik universiteti – universitet rivojlanishining zamonaviy bosqichi sifatida – 3.0 konsepsiyasi. Ilmiy-ta’lim sohasida texnologiyalar transferini rivojlantirishning xorijiy tajribasi.

2-MAVZU: UNIVERSITET 3.0 MODELIDA BILIMLARNI TARQATISH, GENERATSIYALASH VA TIJORATLASHTIRISH UCHUN AXBOROT TIZIMLARINI LOYIHALASHTIRISH ASOSLARI.

(2 soat)

Texnologiyalarni tijoratlash tirish modellari. Transfer texnologiyalar: transfer markazlari va texnologiyalarni tijoratlash tirishni informatsion qo‘llab-quvvatlash. Universitet 3.0 modelida bilimlarni tarqatish, generatsiyalash va tijoratlash tirish uchun axborot tizimlarini loyihalash tirish.

3-MAVZU: OLIY TA’LIM MUASSASALARIDA TA’LIM XIZMATI MARKETING FAOLIYATINI STRATEGIK REJALASHTIRISH. (2 soat)

Ta’lim xizmatlari marketingi tushunchasi va uning o‘ziga xos jihatlari. Oliy ta’lim muassasalarida ta’lim xizmati marketing faoliyatini strategik rejalash tirish. Benchmarkingning oliy ta’limda ta’lim sifatini oshirishdagi o‘rni. OTMlar reytingi va tashqi omillar.

AMALIY MASHG‘ULOTLAR MAZMUNI

1-MAVZU: TADBIRKORLIK UNIVERSITETI - UNIVERSITET-3.0 KONSEPSIYASINI SHAKLLANTIRISH CHORA-TADBIRLARINI ISHLAB CHIQISH. (2 soat)

Ta’lim muassasining ta’lim bozorida samarali faoliyat yuritishi uchun ta’sir

etadigan muhim tashqi va ichki omillarni tahlil etish. Oliy ta'lim muassasi faoliyatini takomillashtirish borasida chora-tadbirlar ishlab chiqish. Oliy ta'limning marketing muhitini baholash va prognoz qilish uchun STEP–tahlilini qo'llash.

2-MAVZU: UNIVERSITET 3.0 MODELİ ASOSIDA “ILMIY MAKTABLAR, TRANSFER VA INNOVATSIYALAR” BO‘YICHA OLIY TA’LIM MUASSASASI ICHKI MUHITI TAHLILI. (4 soat)

Oliy ta'lim muassasi ichki muhiti tahlilini amalga oshirish. Oliy ta'lim muassasasining maqsadlarini amalga oshiradigan komponentlar yig'indilari. Oliy ta'lim muassasi faoliyatini strategik rejalashtirish doirasida ichki muhitni tahlil etish. **SWOT-** tahlilini qo'llash orqali ichki muhit keltirib chiqaradigan tahdidlar, xavflar, risklarni aniqlash.

3-MAVZU: UNIVERSITET-3.0 MODELİ ASOSIDA OTM MAVJUD MUAMMOLARINI HAL ETISH BORASIDA CHORA-TADBIRLAR ISHLAB CHIQISH. (4 soat)

Universitet-3.0 modeli asosida OTM kuchli tomonlarni yanada kuchaytirish hamda ojiz tomonlarni yo'qotish Universitet-3.0 modeli asosida OTMga tashqi qulay ta'sirlarni kuchaytirish borasida amalga oshiriladigan ishlar. Universitet-3.0 modeli asosida tashqi xavflar, tahdidlar va risklarga qarshi turish.

4-MAVZU: AMALIYOTDA INNOVATSION TARKIBIY O‘ZGARISHLAR OYNASI” METODIKASI BO‘YICHA OTMDA ILMIY TADQIQOT ISHLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH CHORA-TADBIRLARINI ISHLAB CHIQISH YO‘LLARI. (2 soat)

“Amaliyotda innovatsion tarkibiy o'zgarishlar oynasi” metodikasi algoritmini o'rganish.

O‘QITISH SHAKLLARI

Mazkur modul bo'yicha quyidagi o'qitish shakllaridan foydalaniladi:

- ma'ruzalar, amaliy mashg'ulotlar (ma'lumotlar va texnologiyalarni anglab olish, motivatsiyani rivojlantirish, nazariy bilimlarni mustahkamlash);
- davra suhbatlari (ko'rilayotgan loyiha yechimlari bo'yicha taklif berish qobiliyatini rivojlantirish, eshitish, idrok qilish va mantiqiy xulosalar chiqarish);
- bahs va munozaralar (loyihalar yechimi bo'yicha dalillar va asosli argumentlarni taqdim qilish, eshitish va muammolar yechimini topish qobiliyatini rivojlantirish).

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining asarlari:

1. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – T.: “O'zbekiston”, 2017. – 488 b.
2. Mirziyoev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. 1-jild. – T.: “O'zbekiston”, 2017. – 592 b.
3. Mirziyoev Sh.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. T.: “O'zbekiston”, 2018. – 507 b.
4. Mirziyoev Sh.M. Niyati ulug' xalqning ishi ham ulug', hayoti yorug' va kelajagi farovon bo'ladi. 3-jild.– T.: “O'zbekiston”, 2019. – 400 b.
5. Mirziyoev Sh.M. Milliy tiklanishdan – milliy yuksalish sari. 4-jild.– T.: “O'zbekiston”, 2020. – 400 b.

II. Normativ-huquqiy hujjatlar:

6. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi.–T.:O'zbekiston, 2018.
7. O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentabrda qabul qilingan “Ta'lim to'g'risida”gi O'RQ-637-sonli Qonuni.
8. O'zbekiston Respublikasining 2019 yil 29 oktabrda qabul qilingan “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida”gi O'RQ-576-sonli Qonuni.
9. O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 24 iyulda qabul qilingan «Innovatsion faoliyat to'g'risida» gi O'RQ-630-sonli Qonuni.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevral “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida”gi 4947-sonli Farmoni.
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 20 aprel "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-2909-sonli Qarori.
12. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentabr “2019-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida”gi PF-5544-sonli Farmoni.
13. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 27 avgust “Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to'g'risida”gi PF-5789-sonli Farmoni.
14. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida”gi PF-5847-sonli Farmoni.
15. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 oktabr “Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida” gi PF-6097-sonli Farmoni.

16. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 23 sentabr “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 797-sonli Qarori.

17. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2020 yil 25 yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

III. Maxsus adabiyotlar:

18. Алексунин В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб.пособие. – М.: Маркетинг, 2007. –516 с.

19. Бадеева, Е.А. Университетское планирование в рамках протсессного подхода: монография, Москва: Издательский дом Академии Естествознания. [хтп://эсоном.кхсу.ру](http://эсоном.кхсу.ру) [Доступ 24 марта 2010 г.]

20. Балмасова Т.А. «Третья миссия университета» – новый вектор развития. // Высшее образование в России. – 2016. – № 8-9. – С. 48-55.

21. Ватагина М.В. Стратегические направления в развитии маркетинговой деятельности вузов // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России №2 (42) 2009. С.113-116.

22. Веретенникова, О. Б., Дрантусова, Н. В., Ключев, А. К., Кортков, С. В., Майданик, В. И., Малышева, Л. А., Попова, Л. Н. (2008), Разработка стратегии образовательного учреждения: методические рекомендации, Екатеринбург: Университетское управление: практика и анализ.

23. Виссема Ёхан Г. Университет третьего поколения: управление университетом в переходный период. – М.: Сбербанк, 2016. – 422 с.

24. Гафуров И.Р., Василев В.Л., Кашбиева Р.Р. Инновационные кластеры и социально-экономическое развитие регионов: анализ методических подходов. – М.: «Анкил», 2012. – 292 с.

25. Головкин Н.В., Зиневич О.В., Рузакина Е.А. Университет третьего поколения: Б. Кларк и Й. Уисема // Высшее образование в России. – 2016. – № 9. – С. 40-47.

26. Каким должен быть университет будущего? – УРЛ: [хтп://индикатор.ливежоурнал.com/24905.html](http://индикатор.ливежоурнал.com/24905.html). Движение имиджей. Российские вузы крепнут в борьбе // Поиск. – 2016. – № 25(1411). – С. 6.

27. Касаткина Е. А. Градобоев В. В. Место бенчмаркинга в международной конкурентной среде // Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». — 2012. — № 6–1.

28. Клаус Шваб «Четвертая промышленная революция»: - М. 2016. 48 с.

29. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Что такое предпринимательский университет? // Вопросы образования. – 2007. – № 1. – С. 49-62.
30. Красинская Л.Ф. Модернизация, оптимизация, бюрократизация...Что ожидает высшую школу завтра? // Высшее образование в России. – 2016. – № 3. – С. 73-82.
31. Хагуров Т.А. Высшее образование: между служением и услугой // Высшее образование в России. – 2011. – № 4. – С. 47-57.
32. Лагутина Е. Е., Леонгардт В. А., Шапошников В. А. Профессиональное образование по специальности «Маркетинг» как товар в системе маркетинга // Вестник ЮУрГУ. – 2010. – № 7. – С. 98–101.
33. Николаева Е.М., Щелкунов М.Д., Ившина О.Я. Феноменология потребительства. Личностное и институциональное измерения. – Казан: Изд-во Казанский ун-т, 2014. – 160 с.
34. Самойленко К.А. Перспективы развития инновационно-предпринимательских университетов: http://ip.znanu.edu.ua/bitstream/123456789/1983/1/Наук_чут_2014_3_177182.pdf
35. Тазарбеков К.А. К разработке « Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет». Тезисы.- алматы: Университет «Туран», 2016. -36 с.
36. Шуклина З. Н., Эшонов Р. Р., Хаданович Н. В. Выбор инструментов и стратегий бенчмаркинга в рискованной конкурентной среде // Молодой ученый. — 2017. — №12. — С. 387-392. — УРЛ
37. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М. Образование в ХХИ веке: перед лицом новых вызовов. – Казан: Казан. гос. ун-т, 2010. – 156 с.
38. Шадриков В., Геворкян Е. О процедуре комплексной оценки вуза // Высшее образование в России. 2001. № 1.
39. Шульс Д.Е., Танненбаум С.С., Лаутерборн Р.Ф. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации: Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2004.
40. Щелкунов М.Д. Университеты перед лицом глобальных вызовов: российский путь // Поиск. Альтернативы. Выбор. – 2016. – № 3. – С. 48-59.
41. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Фурсова В.В. На пути к международному признанию: Казанский федеральный университет как субъект глобального пространства высшего образования. – Казан: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 140 с.
42. Сларк Б. Креативный Энтрепренеуриал Университетс: Организацион Патхвайс оф Трансформацион. – Гуилдфорд, УК: Пергамон, 1998. – 163 p.

43. Этзковитз Х., Лейдесдор Л. Тхе Трипле Хелих Университй-Индустрий-Говернмент Релатионс: а Лабораторй фор Кноуледже-Басед Эсономис Девелопмент // ЭАССТ Ревиев. – 1995. – Вол. 14. – № 1. – П. 14-19.

44. Суммаризед фром Сарах Лурман. А Студент оф Валуе' Меанс а Студент а но Сан Пай тхе Рисинг Сост оф Соллеге // Валл Стретт Жоурнал. 1994. № 5 (Жан.).

IV. Internet saytlar:

45. <http://edu.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi.

46. <http://lex.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.

47. <http://bimm.uz> – Oliy ta’lim tizimi pedagog va rahbar kadrlarini qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni tashkil etish bosh ilmiy-metodik markazi.

48. <http://ziyonet.uz> – Ta’lim portali Ziyonet.

49. <http://natlib.uz> – Alisher Navoiy nomidagi O‘zbekiston Milliy kutubxonasi.

II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTREFAOL TA’LIM METODLARI

II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA’LIM METODLARI

“KWHL” metodi:

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va bilimlarni tizimlashtirish maqsadida qo‘llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun mavzu bo‘yicha qo‘yidagi jadvalda berilgan savollarga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

Know – nimalarni bilaman?

Want – nimani bilishni xohlayman?

How - qanday bilib olsam bo‘ladi?

Learn - nimani o‘rganib oldim?.

“KWHL” metodi	
1. Nimalarni bilaman: -	2. Nimalarni bilishni xohlayman, nimalarni bilishim kerak:
3. Qanday qilib bilib va topib olaman: -	4. Nimalarni bilib oldim:

“W1H” metodi:

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va bilimlarni tizimlashtirish maqsadida qo‘llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun mavzu bo‘yicha qo‘yidagi jadvalda berilgan oltita savollarga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

What?	Nima? (ta’rifi, mazmuni, nima uchun ishlatiladi)	
Where?	Qaerda (joylashgan, qaerdan olish mumkin)?	

What kind?	Qanday? (parametrlari, turlari mavjud)	
When?	Qachon? (ishlatiladi)	
Why?	Nima uchun? (ishlatiladi)	
How?	Qanday qilib? (yaratiladi, saqlanadi, to'ldiriladi, tahrirlash mumkin)	

“SWOT-tahlil” metodi:

Metodning maqsadi: mavjud nazariy bilimlar va amaliy tajribalarni tahlil qilish, taqqoslash orqali muammoni hal etish yo'llarni topishga, bilimlarni mustahkamlash, takrorlash, baholashga, mustaqil, tanqidiy fikrlashni, nostandart tafakkurni shakllantirishga xizmat qiladi.

S – (strength)

• kuchli tomonlari

W – (weakness)

• zaif, kuchsiz tomonlari

O – (opportunity)

• imkoniyatlari

T – (threat)

• xavflar

SWOT -tahlili

Strengths	Weakness
Opportunities	Threats

- S- kuchli tomoni
- W- kuchsiz tomoni

- O- imkoniyat
- T- tўsiqlar

«Keys-stadi» metodi:

«**Keys-stadi**» - inglizcha soʻz boʻlib, («case» – aniq vaziyat, hodisa, «stadi» – oʻrganmoq, tahlil qilmoq) aniq vaziyatlarni oʻrganish, tahlil qilish asosida oʻqitishni amalga oshirishga qaratilgan metod hisoblanadi. Mazkur metod dastlab 1921 yil Garvard universitetida amaliy vaziyatlardan iqtisodiy boshqaruv fanlarini oʻrganishda foydalanish tartibida qoʻllanilgan. Keysda ochiq axborotlardan yoki aniq voqea-hodisadan vaziyat sifatida tahlil uchun foydalanish mumkin.

«Keys metodi» ni amalga oshirish bosqichlari

Ish bosqichlari	Faoliyat shakli va mazmuni
1-bosqich: Keys va uning axborot taʼminoti bilan tanishtirish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka tartibdagi audio-vizual ish; ✓ keys bilan tanishish(matnli, audio yoki media shaklda); ✓ axborotni umumlashtirish; ✓ axborot tahlili; ✓ muammolarni aniqlash
2-bosqich: Keysni aniqlashtirish va oʻquv topshirigʻni belgilash	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muammolarni dolzarblik ierarxiyasini aniqlash; ✓ asosiy muammoli vaziyatni belgilash
3-bosqich: Keysdagi asosiy muammoni tahlil etish orqali	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muqobil yechim yoʻllarini ishlab chiqish;

o'quv topshirig'ining yechimini izlash, hal etish yo'llarini ishlab chiqish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ har bir yechimning imkoniyatlari va to'siqlarni tahlil qilish; ✓ muqobil yechimlarni tanlash
4-bosqich: Keys yechimini yechimini shakllantirish va asoslash, taqdimot.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka va guruhda ishlash; ✓ muqobil variantlarni amalda qo'llash imkoniyatlarini asoslash; ✓ ijodiy-loyiha taqdimotini tayyorlash; ✓ yakuniy xulosa va vaziyat yechimining amaliy aspektlarini yoritish

“Assesment” metodi.

Metodning maqsadi: mazkur metod ta'lim oluvchilarning bilim darajasini baholash, nazorat qilish, o'zlashtirish ko'rsatkichi va amaliy ko'nikmalarini tekshirishga yo'naltirilgan. Mazkur texnika orqali ta'lim oluvchilarning bilish faoliyati turli yo'nalishlar (test, amaliy ko'nikmalar, muammoli vaziyatlar mashqi, qiyosiy tahlil, simptomlarni aniqlash) bo'yicha tashhis qilinadi va baholanadi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

“Assesment”lardan ma'ruza mashg'ulotlarida talabalarning yoki qatnashchilarning mavjud bilim darajasini o'rganishda, yangi ma'lumotlarni bayon qilishda, seminar, amaliy mashg'ulotlarda esa mavzu yoki ma'lumotlarni o'zlashtirish darajasini baholash, shuningdek, o'z-o'zini baholash maqsadida individual shaklda foydalanish tavsiya etiladi. Shuningdek, o'qituvchining ijodiy yondashuvi hamda o'quv maqsadlaridan kelib chiqib, assesmentga qo'shimcha topshiriqlarni kiritish mumkin.



Test

•

Muammoli vaziyat

**Tushuncha tahlili
(simptom)**

Amaliy vazifa

“SCAMPER” metodi:

Metodning maqsadi: mazkur metod muammolarni bartaraf etish bo‘yicha yangi innovatsion g‘oyalarni ishlab chiqishga yo‘naltirilgan. SCAMPER "tez yugurish" degan ma‘noni anglatadi. SCAMPER tushunchasi kengaytmasi (7 ta)ning har biridan 7 qatordan va 3 ustundan iborat jadval yaratish talab etiladi.

SCAMPER



Ta'lim tizimini takomillashtirish va inson kapitalini rivojlantirish.

SCAMPER savollari	SCAMPER savollari (yangi g‘oyani ishlab chiqish)	Ta'lim tizimini takomillashtirish va inson kapitalini rivojlantirish
S	Nima bilan almashtirish mumkin?	
C	Nima bilan birlashtirish mumkin?	
A	Nimaga moslashtirish kerak?	
M	Qanday yaxshilash mumkin?	
P	Nimalarni o‘zgartirish mumkin? (shakl, tur, belgi, rang va boshqalar)	
E	Yana qanday holda qo‘llash mumkin	
R	Nimani qayta tiklash mumkin?	

"Loyiha" metodi:

Loyiha- tinglovchilarning muayyan muammoni yechishga yo‘naltirilgan, mustaqil tadqiqot olib borishni ko‘zda tutuvchi metoddir.



82

“VEER” texnologiyasi:

Bu texnologiya murakkab, ko‘p tarmoqli, mumkin qadar, muammo xarakteridagi mavzularni o‘rganishga qaratilgan.

Texnologiyaning mohiyati shundan iboratki, bunda mavzuning turli tarmoqlari bo‘yicha bir yo‘la axborot beriladi. Ayni paytda, ularning har biri alohida nuqtalardan muhokama etiladi. Masalan, ijobiy va salbiy tomonlari, afzallik, fazilat va kamchiliklari, foyda va zararlari belgilanadi.

Bu interaktiv texnologiya tanqidiy, tahliliy, aniq mantiqiy fikrlashni muvaffaqiyatli rivojlantirishga hamda o‘z g‘oyalari, fikrlarini yozma va og‘zaki shaklda ixcham bayon etish, himoya qilishga imkoniyat yaratadi.

“VEER” texnologiyasi umumiy mavzuni ayrim tarmoqlarini muhokama qiluvchi kichik guruhlarining har bir qatnashuvchining, guruhning faol ishlashiga qaratilgan.

“VEER” texnologiyasi mavzuni o‘rganishning turli bosqichlarida qo‘llanilishi mumkin:

- boshida: o‘z bilimlarini erkin faollashtirish;
- mavzuni o‘rganish jarayonida; uning asosiyilarini anglab yetish;
- yakunlash bosqichida; olingan bilimlarni tartibga solish.

Asosiy tushunchalar quyidagilar:

Aspekt (nuqtai nazar) bilan predmet, hodisa, tushuncha tekshiriladi.

Afzallik - biror narsa bilan qiyoslangandagi ustunlik, imtiyoz.

Fazilat-ijobiy sifat.

Nuqson-nomukammallik, qoidalarga, mezonlarga nomuvofiqlik.

Xulosa-muayyan bir fikrga, mantiqiy, qoidalar bo'yicha dalildan natajaga kelish.

FSMU texnologiyasi.

(F) - fikringizni bayon eting.

(S) - sababini ko'rsating.

(M) - misol (dalil) keltiring.

(U) - umumlashtiring.

Ushbu texnologiya munozarali masalalarni hal etishda, bahs- munozaralar o'tkazishda yoki o'quv-seminar yakunida (tinglovchilarning o'quv seminari haqidagi fikrlarini bilish maqsadida) yoki o'quv rejasi asosida biron bo'lim o'rganib bo'lingach qo'llanilishi mumkin, chunki bu texnologiya tinglovchilarni o'z fikrini himoya qilishga, erkin fikrlash va o'z fikrini boshqalarga o'tkazishga, ochiq holda bahslashishga, shu bilan bir qatorda tinglovchilarning, o'quv jarayonida egallagan bilimlarini tahlil etishga, qay darajada egalaganliklarini baholashga hamda tinglovchilarni bahslashish madaniyatini o'rgatadi.

Ushbu texnologiyaning asosiy maqsadi tinglovchilarga tarqatilgan oddiy qog'ozga o'z fikrlarini aniq va qisqa ifoda etib, tasdiqlovchi dallillar yoki inkor etuvchi fikrlarni bayon etishga yordam beradi.

Ushbu texnologiya bir necha bosqichda o'tkaziladi:

1-bosqich.

-o'qituvchi tinglovchilar bilan birga bahs mavzusini yoki muhokama etilishi kerak bo'lgan muammoni, yoki o'rganilgan bo'limni belgilab oladi;

-o'qituvchi o'quv mashg'ulotida avval har bir tinglovchi yakka tartibda ishlashi, keyin esa kichik guruhlarda ish olib borilishi va nihoyat dars oxirida jamoa bo'lib ishlanishi haqida tinglovchilarga ma'lumot beradi:

-mashg'ulot davomida har bir talaba o'z fikrini erkin holda to'liq bayon etishi mumkin ekanligi eslatib o'tiladi.

2- bosqich.

Har bir tinglovchiga FSMU texnologiyasining 4 bosqichi yozilgan qog'ozlar tarqatiladi:

F- fikringizni bayon eting.

S - fikringizni bayon etishga sabab ko'rsating.

M - ko'rsatilgan sababingizni isbotlab misol (dalil) keltiring.

U - fikringizni umumlashtiring.

Har bir tinglovchi yakka tartibda tarqatilgan qozozdagi FSMU ning 4 bosqichini o'z fikrlarini yozma bayon etgan holda to'latadi.

3 - bosqich.

-Har bir tinglovchi o'z qog'ozlarini to'latib bo'lgach, O'qituvchi ularni kichik

guruhlarga bo‘linishlarini iltimos qiladi yoki o‘zi turli guruhlarga bo‘lish usullaridan foydalangan holda tinglovchilarni kichik guruhlarga bo‘lib yuboradi:

-o‘qituvchi har bir guruhda FSMU texnologiyasining 4 bosqich yozilgan katta formatdagi qog‘ozlarni tarqatadi:

-o‘qituvchi kichik guruhlarga har birlari yozgan qog‘ozlardan fikr va dallillarni katta formatdagi umumlashtirgan holda 4 bosqich bo‘yicha yozishlarini taklif etadi.

4 - bosqich.

-Kichik guruhlarda avval har bir tinglovchi o‘zi yozgan har bir bosqichdagi fikrlari bilan guruh a‘zolarini tanishtirib o‘tadi. Guruh a‘zolarining barcha fikrlari o‘rganilgach, kichik guruh a‘zolari ularni umumlashtirishga kirishadi:

-guruh a‘zolari FSMUning 4 bosqichini har biri bo‘yicha umumlashtirib, uni himoya qilishga tayyorgarlik ko‘radilar:

-fikrlarni umumlashtirish vaqtida har bir tinglovchi o‘z fikrlarini himoya etishi, isbotlashi mumkin.

5- bosqich.

-Kichik guruhlarda umumlashtirilgan fikrlarini himoya qiladilar:

Guruh vakili har bir bosqichni alohida o‘qiydi iloji boricha izoh bermagan holda. Ba’zi bo‘limlarni isbotlash ya’ni guruhning aynan nima uchun shu fikrga kelganini aytib o‘tishi mumkin.

6 - bosqich.

-o‘qituvchi mashg‘ulotga yakun yasaydi, bildirilgan fikrlarga o‘z munosabatini bildiradi;

-quyidagi savollar bilan tinglovchilarga murojat qiladi:

-ushbu texnologiyadan nimalarni bilib oldingiz va nimalarga o‘rgandingiz?

-ushbu texnologiyani o‘quv jarayonida qo‘llanilishi qanday samara berdi?

-ushbu texnologiyani qo‘llanilishi tinglovchilarda qanday hislatlarni tarbiyalaydi, nimalarni shakllantiradi, ularning qanday fazilatlarini rivojlantiradi?

-ushbu texnologiyaning o‘quv jarayonining qaysi bosqichida qo‘llanilgani ma’qul va nima uchun?

-ushbu texnologiyani dars jarayonida qo‘llanilishi tinglovchilarga nima beradi va nimaga o‘rgatadi?

-ushbu texnologiyani yana qanday tartibda yoki qanday shaklda o‘tkazish mumkin?

-ushbu treningda asosiy vazifa nimadan iborat va hokazolar.



III. NAZARIY MATERIALLAR

III. NAZARIY MATERIALLAR

1-MAVZU: TADBIRKORLIK UNIVERSITETLARI - UNIVERSITET 3.0 KONSEPSIYASINING ZAMONAVIY RIVOJLANISH BOSQICHLARI (2-soat)

Reja:

- 1.1. O‘zbekiston Respublikasida ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirishning maqsadi va vazifalari.
- 1.2. Universitetlarning paydo bo‘lishi va universitet konsepsiyasi evolyusiyasi.
- 1.3. Tadbirkorlik universiteti – universitet rivojlanishining zamonaviy bosqichi sifatida – 3.0 konsepsiyasi.
- 1.4. Ilmiy-ta’lim sohasida texnologiyalar transferini rivojlantirishning xorijiy tajribasi

Tayanch tushunchalar: ilm-fan, innovatsiya, innovatsion faoliyat, universitet, universitet konsepsiyasi, tadbirkorlik universitetlari, universitet-3.0, texnologiyalar transferi, xorijiy tajriba, fan, ishlab chiqarish, biznes, universitet, ilmiy muassasa, tijoratlashtirish, intellektual faoliyat natijasi, akademik tadbirkorlik, yangi avlod universitetlari.

1.1. O‘zbekiston Respublikasida ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirishning maqsadi va vazifalari.

Ilm-fan va texnika yutuqlarini keng qo‘llagan holda iqtisodiyot tarmoqlariga, ijtimoiy va boshqa sohalarga zamonaviy innovatsion texnologiyalarni tezkor joriy etish O‘zbekiston Respublikasi jadal rivojlanishining muhim sharti hisoblanadi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoev ta’kidlaganidek: “Bugun biz davlat va jamiyat hayotining barcha sohalari tubdan yangilashga qaratilgan innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tmoqdamiz. Bu bejiz emas, albatta. Chunki, zamon shiddat bilan rivojlanib borayotgan hozirgi davrda kim yutadi? Yangi fikr, yangi g‘oya, innovatsiyaga tayangan davlat yutadi. Innovatsiya bu – kelajak degani. Biz buyuk kelajagimizni barpo etishni bugundan boshlaydigan bo‘lsak, uni aynan innovatsion g‘oyalar, innovatsion yondashuv asosida boshlashimiz kerak”¹. Jamiyat va davlat hayotining barcha sohalari shiddat bilan rivojlanayotgani islohotlarni mamlakatimizning jahon sivilizatsiyasi yetakchilari qatoriga kirish yo‘lida tez va sifatli ilgariylashini ta’minlaydigan zamonaviy innovatsion g‘oyalar,

¹ Mirziyoev Sh.M. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi.- Toshkent. “O‘zbekiston” NMIU, 2018.-B.23.

ishlanmalar va texnologiyalarga asoslangan holda amalga oshirishni taqozo etadi².

O‘zbekiston Respublikasida ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirishning asosiy maqsadi - mamlakatimizda ilmiy salohiyatni oshirish, oliy ta’lim muassasalari professor-o‘qituvchilarining ilmiy tadqiqot faoliyati samaradorligini oshirish, jahon ta’lim resurslari, zamonaviy ilmiy adabiyotlarning elektron kataloglari va ma’lumotlar bazalariga kirish imkoniyatlarini yaratish shuningdek, rivojlangan mamlakatlarning ilg‘or tajribasini chuqur va tanqidiy o‘rgangan holda mamlakatimiz iqtisodiyotini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning yangi bosqichiga olib chiqishdan iborat.

Bu borada hukumatimiz tomonidan ko‘plab, farmon va qarorlar qabul qilindi. Jumladan: O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni, O‘zbekiston Respublikasining 2019 yil 29 oktabr “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to‘g‘risida”gi O‘RQ-576-sonli Qonuni, O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 24 iyulda «Innovatsion faoliyat to‘g‘risida» gi O‘RQ-630-sonli Qonuni hamda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 oktabrda “Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida” gi PF-6097-sonli Farmonidir.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabrda “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni e’lon qilingan. O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi -oliy ta’lim tizimini ijtimoiy soha va iqtisodiyot tarmoqlari ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda, fan, ta’lim va ishlab chiqarishning mustahkam integratsiyasini ta’minlash asosida ta’lim sifatini yaxshilash, raqobatbardosh kadrlar tayyorlash, ilmiy va innovatsion faoliyatni samarali tashkil etish, xalqaro hamkorlikni rivojlantirishni maqsad qiladi. O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi 4 bob va 9 paragrafdan iborat: **1-bob.** Umumiy qoidalar; **2-bob.** Oliy ta’lim tizimining joriy holati va mavjud muammolar; **3-bob.** Oliy ta’lim tizimini rivojlantirishning strategik maqsadlari va ustuvor yo‘nalishlari; **4-bob.** Konsepsiyani amalga oshirishdan kutilayotgan natijalar o‘z ichiga oladi. Konsepsiyaning 2-bobida Oliy ta’lim tizimining joriy holati va mavjud muammolari: Jumladan:

• oliy ta’limning jozibadorligini oshirish, xalqaro miqyosda raqobatbardoshlikni ta’minlash sohasidagi muammolarni ya’ni respublika oliy ta’lim muassasalari xalqaro e’tirof etilgan tashkilotlar reytingining birinchi 1000 ta

² O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "2019-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida"gi PF-5544-sonli Farmoni 2018 y. 21.09.

o‘rindagi oliy ta‘lim muassasalari ro‘yxatiga, ularning rasmiy veb-saytlari Webometrics xalqaro reytingining 1000 talik ro‘yxatiga kirmagan;

- ta‘lim dasturlari va talabalar bilimni baholash tizimi xalqaro standartlarga moslashtirilmagan; mavjud talabalar turar joylari hamda ijtimoiy infratuzilma ob‘ektlari xorijiy talabalar ehtiyojlariga moslashtirilmagan;

- xorijiy fuqarolarni mamlakatimizda ta‘lim olishga keng jalb qilish borasidagi targ‘ibot ishlari, jumladan PR-loyihalar (O‘zbekiston oliy ta‘lim muassasalari kunlarini tashkil qilish, taqdimotlar o‘tkazish va boshqalar) yetarli darajada tashkil qilinmagan, bu borada interaktiv virtual platforma mavjud emasligi keltirilgan.

Bugungi kunda O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish bo‘yicha qator keng qamrovli vazifalar: oliy ta‘lim sohasida davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish, hududlarda davlat va nodavlat oliy ta‘lim muassasalari faoliyatini tashkil etish asosida oliy ta‘lim bilan qamrov darajasini 50 foizdan oshirish, sohada sog‘lom raqobat muhitini yaratish; O‘zbekiston Milliy universiteti va Samarqand davlat universitetini mamlakatimiz oliy ta‘lim muassasalarining flagmaniga aylantirish; respublikadagi kamida 10 ta oliy ta‘lim muassasasini xalqaro e‘tirof etilgan tashkilotlar (Quacquarelli Symonds World University Rankings, Times Nigher Education yoki Academic Ranking of World Universities) reytingining birinchi 1 000 ta o‘rindagi oliy ta‘lim muassasalari ro‘yxatiga, shu jumladan O‘zbekiston Milliy universiteti va Samarqand davlat universitetini birinchi 500 ta o‘rindagi oliy ta‘lim muassasalari ro‘yxatiga kiritish; oliy ta‘lim muassasalarida o‘quv jarayonini bosqichma-bosqich kredit-modul tizimiga o‘tkazish; xalqaro tajribalardan kelib chiqib, oliy ta‘limning ilg‘or standartlarini joriy etish, o‘quv dasturlarida nazariy bilim olishga yo‘naltirilgan ta‘limdan amaliy ko‘nikmalarni shakllantirishga yo‘naltirilgan ta‘lim tizimiga bosqichma-bosqich o‘tish; oliy ta‘lim mazmunini sifat jihatidan yangi bosqichga ko‘tarish, ijtimoiy soha va iqtisodiyot tarmoqlarining barqaror rivojlanishiga munosib hissa qo‘shadigan, mehnat bozorida o‘z o‘rnini topa oladigan yuqori malakali kadrlar tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish; oliy ta‘lim muassasalarining akademik mustaqilligini ta‘minlash; oliy ta‘lim muassasalarida ta‘lim, fan, innovatsiya va ilmiy-tadqiqotlar natijalarini tijoratlashtirish faoliyatining uzviy bog‘liqligini nazarda tutuvchi «Universitet 3.0» konsepsiyasini bosqichma-bosqich joriy etish; xorijiy investitsiyalarni keng jalb qilish, pullik xizmatlar ko‘lamini kengaytirish va boshqa budjetdan tashqari mablag‘lar hisobiga oliy ta‘lim muassasalarida texnopark, forsayt, texnologiyalar transferi, startap, akselerator markazlarini tashkil etish hamda ularni tegishli tarmoq, soha va hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini tadqiq qiluvchi va prognozlashtiruvchi ilmiy-amaliy muassasalar darajasiga olib chiqish; oliy ta‘lim muassasalari professor-

o'qituvchilari, ilmiy izlanuvchilari, doktorantlari, bakalavriat va magistratura talabalarining yuqori impakt-faktorga ega nufuzli xalqaro ilmiy jurnallarda maqolalar chop etishi, maqolalarga iqtiboslik ko'rsatkichlari oshishi, shuningdek respublika ilmiy jurnallarini xalqaro ilmiy-texnik ma'lumotlar bazasiga bosqichma-bosqich kiritilishini ta'minlash; O'zbekiston oliy ta'lim tizimini Markaziy Osiyoda xalqaro ta'lim dasturlarini amalga oshiruvchi «xab»ga aylantirish; oliy ta'limning investitsiyaviy jozibadorligini oshirish, xorijiy ta'lim va ilm-fan texnologiyalarini jalb etish; talaba-yoshlar ta'lim-tarbiyasi uchun qo'shimcha sharoitlar yaratishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlarni o'z ichiga olgan beshta tashabbusni amaliyotga tatbiq etish; oliy ta'lim muassasalarining infratuzilmasi va moddiy-texnik bazasini, shu jumladan xalqaro moliya institutlarining imtiyozli mablag'larini keng jalb qilish hisobiga yaxshilash, ularni bosqichma-bosqich o'zini o'zi moliyalashtirish tizimiga o'tkazish va moliyaviy barqarorligini ta'minlash; ta'limning ishlab chiqarish korxonalarini va ilmiy-tadqiqot institutlari bilan o'zaro manfaatli hamkorligini yo'lga qo'yish vazifalarni amalga oshirishni ko'zda tutilgan.

O'zbekiston Respublikasining 2019 yil 29 oktabrda "Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida"gi O'RQ-576-sonli Qonuni qabul qilindi.

Mazkur qonunning maqsadi ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdir. Qonun 6 bob, 46 moddalardan iborat bo'lib, 1-bobi. Umumiy qoidalar, 2-bobi. Ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasini tartibga solish, 3-bobi. Ilmiy faoliyat va uning sub'ektlari, 4-bobi. Ilmiy faoliyatni tashkil etish va baholash, 5-bobi. Ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasini moliyalashtirish hamda 6-bobi. Yakunlovchi qoidalarga qaratilgan.

"Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida"gi Qonunning 3 moddasida ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasining asosiy prinsiplari: ilmiy ijod va axborot erkinligi; samaradorlik va ijodiy raqobat; manfaatdorlik va rag'batlantirish; ilmiy ekspertizaning xolisligi; inson hayoti va salomatligi, atrof tabiiy muhitga zarar yetkazmaslik kabilar belgilangan.

4-moddasida esa ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasining asosiy yo'nalishlari etib quyidagi: ilm-fan va ilmiy faoliyatni rivojlantirish orqali milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligi hamda samaradorligiga erishish; ilm-fan va texnologiyalarni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini belgilash va resurslarni maqsadli yo'naltirish; davlat ilmiy dasturlarini ishlab chiqish, asoslantirilgan tashabbus va loyihalarni qo'llab-quvvatlash; ilm-fanga intilish va uning jozibadorlik muhitini shakllantirish, yoshlarni ilmiy faoliyatga jalb etish, yosh iste'dod egalarini tayyorlab borish; intellektual mulk ob'ektlariga bo'lgan huquqlarni muhofaza qilish; ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasini moliyalashtirishni oqilona oshirib borish; ilm-fan, ta'lim va ishlab chiqarishning uzviy bog'liqligini ta'minlash hamda undan

manfaatdorlikni oshirish; ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasining axborot makoni bilan uzviy bog‘liqligini ta’minlash; ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasida xalqaro hamkorlikni rivojlantirishdan iborat ekanligi belgilab qo‘yilgan.

11-modda. Yoshlarni ilm-fan va ilmiy faoliyatga jalb etishga qaratilgan bo‘lib, unda tegishli davlat dasturlarini ishlab chiqish; ta’lim tashkilotida iste’dodlarni aniqlash, tanlash, tarbiyalash bo‘yicha tegishli chora-tadbirlar olib borish; tegishli yo‘nalishlar bo‘yicha ixtisoslashtirilgan maktablar, maktab-internatlar, maxsus sinflar, markazlar va o‘quv kurslari tashkil etish; ta’lim jarayonida egallangan bilimlarni kundalik turmush va kasbiy faoliyatda samarali qo‘llay olishga qaratish; ta’lim oluvchilar o‘rtasida turli tanlovlar uyushtirib borish va rag‘batlantirish; chet el yetakchi ilmiy tashkilotlari va ta’lim muassasalariga magistratura va doktorantura dasturlarini o‘tash, malaka oshirish, tajriba orttirishga yuborish orqali va boshqa shakllarda amalga oshirilishi hamda yosh olimlarning ilmiy tashkilotlar va ta’lim muassasalari, ishlab chiqarish va boshqa tarmoqlardagi ilmiy uyushmalari davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash shuningdek ilmiy tashkilotlar va oliy ta’lim muassasalarida yosh olimlar va talabalarning ilmiy faoliyat yuritishi uchun tegishli shart-sharoitlar yaratilishi ta’kidlangan. Qonunning 21 va 22 moddalari bevosita ilm-fan va ta’lim hamda ishlab chiqarishning uzviy bog‘liqligi qaratilgan:

21-modda. Ilm-fan va ta’limning uzviy bog‘liqligi

- ta’lim jarayonining sifati va samaradorligini oshirish;
- ta’lim oluvchilarda ilmiy tafakkurni rivojlantirish;
- pedagog kadrlarning ilmiy salohiyatini oshirib borish,
- «ustoz — shogird» maktab va an’analarini mustahkamlash, ilmiy izlanuvchilarning iqtidorli kelajak avlodini shakllantirish;
- ilm-fan va texnologiyalarni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlab borish orqali ta’minlanadi.

22-modda. Ilm-fan va ishlab chiqarishning uzviy bog‘liqligi

- innovatsion mahsulotlar va xizmatlarni yaratish hamda qo‘llash uchun qulay muhitni shakllantirish;
- innovatsiyalarni joriy etishdan manfaatdorlikning tashkiliy-huquqiy tizimini takomillashtirib borish;
- tadbirkorlik sub’ektlari huzurida tegishli yo‘nalishlarda ilmiy tashkilotlarning faoliyatini yo‘lga qo‘yish, ilmiy faoliyat yuritayotgan xorijiy hamkorlar bilan izchil va samarali hamkorlikni yo‘lga qo‘yish;
- innovatsion infratuzilmani (texnologiya parklari, texnologiyalarni tarqatish (texnologiyalar transferi) markazlari, innovatsion klasterlar, venchur jamg‘armalari, biznes-inkubatorlar va boshqalarni) rivojlantirish;

- xususiy ilmiy tashkilotlar faoliyatini yo‘lga qo‘yish;
- innovatsion tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash;

23-modda. Ilmiy darajali kadrlarni tayyorlashga qaratilgan bo‘lib, unda ilmiy darajali kadrlarni tayyorlash tayanch doktorantura, doktorantura va mustaqil izlanuvchilik asosida amalga oshirilishi, tayanch doktorantura va doktorantura doirasidagi ilmiy faoliyat ishlab chiqarishdan ajralgan holda olib borilishi hamda mustaqil izlanuvchilik doirasidagi ilmiy faoliyat ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borilishi ta’kidlanadi. Shuningdek, 25-moddada ilmiy daraja olish uchun tayyorlangan dissertatsiya ilmiy tashkilot va ta’lim muassasasi qoshida tegishli ixtisoslik bo‘yicha tuzilgan ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengashda himoya qilinishi va ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash a’zolarining yarmidan ko‘pi mazkur kengashni tuzgan, ilmiy tashkilot va ta’lim muassasasida faoliyat yuritayotgan olimlardan iborat bo‘lishi shartliligi hamda ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash jamoatchilik asosida faoliyat olib borishi va dissertatsiyaning tanlangan ixtisoslikka mosligi, ekspertizaning sifati va xolisligi, qabul qilingan qarorning asoslantirilganligi uchun mas’ul hisoblanadi deb ko‘rsatiladi.

Mazkur qonunning 41-moddasida O‘zbekiston Respublikasining ilm-fan va ilmiy faoliyat sohasida xalqaro hamkorligi milliy ilmiy maktablarning jahon miqyosida o‘z o‘rniga ega bo‘lishi, dunyo ilm-fani va texnologiyalari ilg‘or yutuqlaridan milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini yuksaltirishda foydalanish, chet el investitsiyalari, chet ellik yetuk ilmiy va texnologiya markazlari, olimlar, mutaxassislarni mamlakatga jalb etish mmasalalari belgilangan.

O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 24 iyulda «Innovatsion faoliyat to‘g‘risida» gi O‘RQ-630-sonli Qonuni qabul qilingan. Qonunning maqsadi-innovatsion faoliyat sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat. U 6 bob, 39 moddalarni o‘z ichiga olgan bo‘lib, uning 1-bobi Umumiy qoidalar, 2-bobi Innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga solish, 3-bobi Innovatsion faoliyatni amalga oshirish, 4-bobi Innovatsion infratuzilma, 5-bobi Innovatsion faoliyatni moliyalashtirish va 6-bobi Yakunlovchi qoidalarga qaratilgan. Qonunning 3-moddasida innovatsiya, innovatsion infratuzilma, innovatsion loyiha, innovatsion faoliyat, texnologiyalar transferi va yangi ishlanmalar tushunchalariga quyidagicha ta’riflar keltiriladi:

• innovatsiya — fuqarolik muomalasiga kiritilgan yoki shaxsiy ehtiyojlar uchun foydalaniladigan, qo‘llanilishi amaliyotda katta ijtimoiy-iqtisodiy samaraga erishishni ta’minlaydigan yangi ishlanma;

• innovatsion infratuzilma — innovatsion faoliyatni moddiy-texnik, moliyaviy, tashkiliy-uslubiy, axborot, konsultativ va boshqa jihatdan ta’minlaydigan korxonalar, tashkilotlar, muassasalar, mulkchilikning istalgan shaklidagi ular birlashmalarining majmui;

- innovatsion loyiha — yangi ishlanmalar yaratish uchun bajarish muddatlarini, ijrochilarni, moliyalashtirish manbalarini va tegishli infratuzilmani shakllantirishni nazarda tutuvchi tadbirlar majmui;

- innovatsion faoliyat — yangi ishlanmalarni tashkil etish, shuningdek ishlab chiqarish sohasida ularning o‘tkazilishi va amalga oshirilishini ta’minlash bo‘yicha faoliyat;

- texnologiyalar transferi — yangi ishlanmani u olinadigan (ishlab chiqariladigan) sohadan amalda qo‘llash sohasiga o‘tkazishga qaratilgan tadbirlar majmui;

- innovatsion ishlanma — mavjud o‘xshash intellektual faoliyat natijalariga nisbatan yangi belgilarga ega bo‘lgan, amalda qo‘llash mumkin bo‘lgan va amaliyotda undan foydalanganda katta ijtimoiy-iqtisodiy samaraga erishishni ta’minlay oladigan intellektual faoliyat natijasidir.

18-moddasida innovatsiyalari mahsulotga, jarayonga va marketingga oid innovatsiyalarga bo‘lingan.

- mahsulotga oid innovatsiyalar — texnik va texnologik jihatdan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotni (ishlarni va xizmatlarni) ishlab chiqishga hamda joriy etishga qaratilgan innovatsiyalar; tashkiliy innovatsiyalar

- jarayonga oid innovatsiyalar — texnik va texnologik jihatdan yangi yoki takomillashtirilgan ishlab chiqarish yoxud ta’lim usullarini ishlab chiqish va joriy etishga, shuningdek texnologiyalar transferini amalga oshirishga qaratilgan innovatsiyalar;

- marketingga oid innovatsiyalar — mahsulotlarning dizayni va qadoqlaridagi o‘zgarishlarni qamrab oluvchi yangi yoki takomillashtirilgan usullarni joriy etishga, mahsulotni (ishlarni va xizmatlarni) sotish va taqdim etishning yangi usullaridan foydalanishga, yangi narxlash strategiyalarini shakllantirishga qaratilgan innovatsiyalar;

- tashkiliy innovatsiyalar — biznesni tashkil etish va yuritish, ish o‘rinlarini tashkil etish va tashqi aloqalarni yo‘lga qo‘yishning yangi yoki takomillashtirilgan usullarini joriy etishga qaratilgan innovatsiyalar.

20-modda. Texnologiyalar transferining ustuvor yo‘nalishlari va usullari, 21-modda. Texnologiyalar transferi mexanizmlari, 22-modda. Texnologiyalar transferini amalga oshirish cheklovlari, 23-modda. Texnologiyalar transferi uchun shartnoma tuzish va ro‘yxatdan o‘tkazish qoida belgilangan.

24-modda esa yangi ishlanmalarni tijoratlashtirish yo‘llari keltirilgan. Yangi ishlanmalarni qo‘llagan holda yaratilgan tovarlarni (ishlarni bajarish, xizmatlarni ko‘rsatish) realizatsiya qilish yoki ulardan o‘z ehtiyojlari uchun foydalanish; ta’sischisi yoki ta’sischilaridan biri ustav jamg‘armasiga ulush sifatida

intellektual mulk ob'ektini yoki texnologiyani kiritgan tashkilot bo'lgan tijorat tashkilotlarini tashkil etish; intellektual mulk ob'ektlariga bo'lgan mulk huquqlarini uchinchi shaxslarga o'tkazish va mazkur ob'ektlardan foydalanishga bo'lgan huquqni royalti ajratmalariga asoslangan litsenziya shartnomalarini tuzish yo'li bilan berish,. Shuningdek intellektual mulk ob'ektiga doir huquq egasining tashkilot ustav fondidagi ulushi miqdori ta'sischi'larning o'zaro kelishuvi bo'yicha belgilanishi va davlat uchun strategik ahamiyatga ega bo'lgan yoki davlat sirlari jumlasiga kiruvchi ma'lumotlarni o'z ichiga olgan yangi ishlanmalarni tijoratlashtirish davlat sirlarini saqlash to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshirilishi ko'rsatib o'tilgan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 oktabrda "Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida" gi PF-6097-sonli Farmoni e'lon qilindi. Konsepsiya 5 bob va 5 paragrafdan iborat. Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasining strategik maqsadi- milliy iqtisodiyotni rivojlantirishning innovatsion va yuqori texnologik formatiga o'tish, mamlakatimizning raqobatdosh ustunliklarini ishga solish va to'g'ri safarbar etish, innovatsion mahsulotlar hajmini kengaytirish, jadal iqtisodiy o'sishni ta'minlaydigan yo'nalishlarga investitsiyalarni yo'naltirish, aholi turmush darajasini bir necha bor yaxshilash, ijtimoiy sohadagi dolzarb masalalarning innovatsion yondashuvga hamda ilmiy tadqiqotlar va erishilgan natijalarga asoslangan ilmiy yechimini topish, xalqaro miqyosda ilmiy hamkorlikni rivojlantirish shuningdek «Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida»gi va «Innovatsion faoliyat to'g'risida»gi qonunlar ijrosini ta'minlash hisoblanadi.

Konsepsiyang 2-bobida Ilm-fanni rivojlantirish zarurati, uning joriy holati va mavjud o'n to'qqizta muammolari ko'rsatilgan. 4-bob. Ilm-fanni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini amalga oshirish qaratilgan bo'lib, unda ilm-fan sohasida boshqaruv tizimini takomillashtirish, ilm-fan va ilmiy faoliyatni moliyalashtirish tizimini takomillashtirish hamda moliyalashtirish manbalarini diversifikatsiyalash, yuqori malakali ilmiy va muhandis kadrlar tayyorlash hamda ularni ilmiy faoliyatga yo'naltirish shuningdek, ilm-fanni rivojlantirishning zamonaviy infratuzilmasini yaratish yo'llari belgilangan.

Ilm-fanni rivojlantirishning zamonaviy infratuzilmasini yaratish borasida quyidagi ishlar: ilmiy tashkilotlar va oliy ta'lim muassasalarining ilmiy laboratoriyalari zamonaviy asbob-uskunalar bilan jihozlash; ilmiy faoliyat infratuzilmalari (ilmiy tashkilotlar va oliy ta'lim muassasalari doirasida milliy ilmiy laboratoriyalar tarmog'i yaratish; ilm-fanni rivojlantirish uchun mahalliy va xorijiy olimlarga markazlarning asbob-uskunalari, tajriba-ishlab chiqarish bazalari va boshqa ilmiy resurslaridan foydalanishga keng imkon yaratilgandagina ilmiy tashkilotlar hamda muassasalar salohiyatidan to'liq va samarali foydalanish.

Buning uchun ilmiy tashkilotlar huzurida ilmiy rivojlanishning ustuvor yoʻnalishlari boʻyicha jamoaviy foydalaniladigan ilmiy laboratoriyalar hamda GLP va GMP jahon standartlariga mos uskunalari bilan jihozlangan zamonaviy laboratoriya majmualari bosqichma-bosqich tashkil etilishi; ilmiy tashkilotlar, universitetlar tarkibida ilmiy-innovatsion klasterlar, innovatsiya markazlari, konstruktorlik ustaxonalari, biznes akseleratorlar, startup akseleratorlari tashkil qilinishi, hududiy markazlarda esa innovatsiya markazlari, yoshlar texnoparklari, texnologiyalar transferi markazlari, kichik ilmiy-ishlab chiqarish klasterlari hamda innovatsion poligonlar tashkil qilinishi; ilmiy ishlanmalarni tijoratlashtirish, mahsulotlar marketingi bilan shugʻullanadigan alohida kompaniyalar tashkil etilib, ilm-fanga oid dasturlar doirasida yaratilgan yangi ishlanmalar marketingini yuritish va sheriklikda tijoratlashtirish majburiyatlari yuklanishi; xususiy sektor va xoʻjalik yurituvchi subʼektlar, jumladan davlat boshqaruvi organlari ishtirokidagi jamgʻarmalar tashkil qilinadi hamda yangi ishlanmalarni tijoratlashtirish uchun shart-sharoitlar yaratilishi; rivojlangan davlatlar tajribasidan kelib chiqib, ilmiy ekspertiza jarayonida «manfaatlar toʻqnashuvi» omillarini cheklash maqsadida ilmiy loyihalar ekspertizasiga masʼul tuzilma tashkil qilinib, muhokamalarga chet el mutaxassislarini jalb qilgan holda ekspertizaning toʻla interaktiv platforma orqali oʻtkazilishi koʻrsatib oʻtilgan.

1.2. Universitetlarning paydo boʻlishi va universitet konsepsiyasi evolyusiyasi.

Universitetlar Yevropa Oʻrta asrlarida XII-XIII asr oxirlarida "nimadir oʻqitishni istagan qobiliyatli odamlar va oʻrganishni istagan yoshlarning birlashishi natijasida" paydo boʻlgan³. Oʻrta asrlarda *universitas* atamasi (*lotincha* - "yaxlitlik", "butunlik")⁴ bir qator jamiyatlar va birlashmalar uchun ishlatilgan, ammo oliy taʼlim tizimining rivojlanishi bilan atama maʼlum bir maqsad uchun yaratilgan - bunday ittifoqqa mos keladigan barcha xususiyatlarga ega boʻlgan taʼlim uchun yaratilgan korporatsiyaning faqat bitta turiga beriladi.

Maktab taʼlimini takomillashtirish va cherkovga bevosita bogʻliq boʻlmagan maktablarning paydo boʻlishi universitetlarning shakllanishida muhim rol oʻynaydi. Monastirlarning ehtiyojlari uchun oʻquvchilarni oʻqitadigan monastir maktablaridan farqli oʻlaroq, fuqarolik va cherkov ishlarida oʻqituvchilarga oʻqituvchi boʻlgan yepiskopal sobor maktablari va cherkovga aloqasi boʻlmagan shahar maktablari vaqt oʻtishi bilan paydo boʻlib, oʻquvchilarni fuqarolik va bozor ehtiyojlariga tayyorladilar. Shahar maktablari cherkov bilan bogʻliq boʻlmaganligiga qaramay, ularda ruhoniylar dars berishardi. Keyinchalik

³ Laurie, S. S. Lectures on the Rise and Early Constitution of Universities. London: Kegan Paul, Trench & Co., 1886. 326 p.

⁴ Латинско-русский и русско-латинский словарь / А. В. Подосинов [и др.]. М.: Флинта, 2015. 752 с.

maktablar universitetlarning paydo bo'lishi uchun asos bo'ldi.

Universitetlarning paydo bo'lishiga bir qator holatlar va sabablar, masalan shaharlarning rivojlanishi, jamiyatning fikrlash tarzidagi o'zgarish, davlat tomonidan universitetlarni tashkil etishning iqtisodiy foydalari tan olinishi, hukumatning ma'lumotli kadrlar paydo bo'lishidan manfaatdorligi va ta'lim olishni istagan qiziquvchilarning paydo bo'lishi kabi omillar yordam berdi. Oqibatda hamkorlik natijasida shahar va universitet o'zaro manfaatli foyda oldi. Shahar universitetni darslar uchun joylar va talabalar uchun infratuzilma bilan ta'minladi, universitet, o'z navbatida, shaharga yangi aholini jalb qildi va savdo rivojlanishiga hamda xizmat ko'rsatish sohasining kengayishiga sabab bo'ldi.

Dunyoviy hokimiyat uchun universitetlarni tashkil etish va qo'llab-quvvatlashning boshlang'ich maqsadi paydo bo'lgan boshqaruv davlat apparati uchun mutaxassislarni tayyorlash, universitet bergan hududning alohida holati va talabalarning tashrifidan qo'shimcha daromadlarni jalb qilish edi. Shaharlarning faol shakllanishi, bozor munosabatlarining rivojlanishi va ishlab chiqarish hamda sanoatning izchil tashkil etilishi bilan shahar hokimiyati yangi mutaxassislarga keskin ehtiyoj sezdi. Qirol hokimiyatiga aristokratiyadan farqli o'laroq yangi intellektual elitani shakllantirish uchun shifokorlar, tilshunoslar, tarjimonlar va huquqshunoslar kerak edi. Cherkov dunyoviy hokimiyat bilan bir qatorda, o'z mavqeini va papa hokimiyatini mustahkamlash uchun ta'limni rivojlantirish va tarqatishda, shuningdek, bid'atlarga qarshi kurashishda, universitetlar va o'qituvchilarni moliyaviy hamda ma'muriy jihatdan qo'llab-quvvatladi. Universitet ta'limini rivojlantirishda cherkovning ishtiroki ularning o'z tuzilmalarida o'qimishli kadrlarga bo'lgan ehtiyojiga bog'liq edi. Dunyoviy va cherkov hokimiyatining homiyligi tufayli talabalar barqaror ijtimoiy mavqega, soliqlar va yig'imlardan ozod qilish, ish tashlash va faqat shaharning ma'muriyatiga emas, balki o'zlarining professorlari va yepiskoplariga bo'ysunish huquqi kabi universitetlarning ommaviyligini oshirishga yordam beradigan ko'plab imtiyozlarga ega bo'ldilar.

Universitetlar talabalar tomonidan hududiy yoki til asosida tashkil etilgan birodarliklardan (qardoshliklardan) va professorlar tomonidan o'qitiladigan turli xil bilimlarga mos keladigan fakultetlardan iborat edi. Qonunlarga ko'ra, bir mehmon vatandoshining jinoyati uchun hibsga olinishi mumkin edi, ammo jamoat ichida talabalar ushbu qoidadan himoyalanihdilar.

Birodarliklar, shuningdek, talabalarga o'zlarining shaxsiyatini saqlashga va tezroq moslashishga yordam berdi. XIX asrgacha fakultetlarga bo'lish Aristotel tizimiga muvofiq amalga oshirilgan, to'rtta klassik fakultet asosiy hisoblangan: ilohiyot, tibbiyot, huquq va liberal san'at. Parij universitetida birinchi marta fakultetlar paydo bo'lgan va xuddi shu fan bo'yicha o'qituvchilar guruhi bo'lgan.

1231 yilda Papa Gregori **IX** buqasi imzolanganidan so'ng, fakultetlarda sezilarli o'zgarishlar ro'y berdi - har bir fakultet o'z qoidalari va ichki tartiblarini o'rnatishi mumkin edi va boshqa fakultetning ishlariga aralasha olmasdi, fakultetlar boshida rahbarlar- dekanlar paydo bo'ldi.

Butun Yevropada universitetlar yuqori tezlikda ochildi. Yevropadagi birinchi universitetlardan biri Boloniya universiteti bo'lib, uning tashkil topgan sanasi 1088 yil deb nomlangan, u o'z nizomini 1158 yilda qabul qilgan. 1150 va 1170 yillarning orasida Parij universitetiga asos solingan, undan keyin Oksford (1096 y.), Kembrij (1209 y.), Aresso (1215 y.) va boshqa shaharlarda universitetlar ochildi. **XIII** asr oxiriga kelib, Yevropada 20 ga yaqin universitet mavjud edi, **XIV** asrda ularning soni 45 ga yaqin edi. Turli mamlakatlar universitetlari tarixiy merosdan kelib chiqqan holda o'z ixtisoslariga ega edilar. Masalan, ispan universitetlari tibbiyotni o'rganishga ixtisoslashgan, arab tabiblaridan yig'ilgan tajribani takomillashtirganlar, Italiya universitetlari esa huquqshunoslik sohasida kuchli bo'lgan.

Vaqt o'tishi bilan ikkita universitet modeli shakllandi - talabalar rahbarlik qilgan Boloniya universiteti va o'qituvchilar hamda professorlar ustunlik qiladigan Parij universiteti.

Boloniya Universiteti Rim huquqini o'rganuvchi huquqshunoslik maktabi negizida tashkil etilgan va O'rta asrlarda huquqni o'rganishning asosiy markazi edi. Boloniyada O'rta asr tushunchasi va o'qitish metodikasi shakllandi. Mashg'ulotlar sikli huquqiy matnlarni o'qish va sharhlash orqali rim va kanon qonunlarini o'rgangan ma'ruzalar va bahslardan iborat edi⁵. Bahslarda sud amaliyotining g'ayrioddiy va munozarali pretsedentlari muhokama qilinardi, talabalar ziddiyatni va unga qarshi bo'lgan dalillarni hal qilish usullarini taklif qilardilar, shundan so'ng o'qituvchi dalillarni tahlil qilib, hukm chiqarardi. Boloniya talabalari xususiy shaxslar va dunyoviy hokimiyatga maslahat beradigan huquqshunoslar (yuristlar) bo'lishi bilan bir qatorda, ularning faoliyatining muhim qismini tashkil etuvchi va daromad olishga imkon beradigan vositachilar va sudyalardan tashqarida ham harakat qilganlar. **XIII** asrning boshlarida Boloniya Universitetida ikkita universitet tashkil topdi, ular faqat yuridik talabalardan iborat bo'lib, bittasi Italiyadan kelgan talabalardan iborat - sitramontanlar ("Alp tog'larining bu tomonida yashaydigan"), ikkinchisi - boshqa Yevropa mamlakatlaridan kelgan ultramontanlardan ("tog'larning narigi tomonida yashaydiganlar") iborat edi. **XIII** – **XIV** asrlar oxirida Tibbiyot talabalarini (ular asosiy o'rinni egallagan), ritorika, matematika, fizika va notariuslarning kasb-hunarlarini birlashtirgan erkin san'at universiteti yaratildi⁶. Boloniya universitetlari

⁵ Суворов, Н. С. Средневековые университеты / Н. С. Суворов. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 256 с.

⁶ Суворов, Н. С. Средневековые университеты / Н. С. Суворов. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 256 с.

faqat tashrif buyurgan talabalardan iborat edi - Boloniya aholisi universitetdan chiqarildi, bu esa universitetga avtonomiya va dunyoviy hokimiyatdan mustaqillikni ta'minladi.

"Shifokorlar kolleji" deb nomlangan o'qituvchilar uyushmalari bundan oldin universitet talabalari tomonidan tashkil etilgan. Uchta kollej bor edi: Rim huquqi o'qituvchilari, kanon huquqi o'qituvchilari va tibbiyot hamda boshqa erkin san'at o'qituvchilari⁷.

Hay'atlar bo'lajak o'qituvchilarni attestatsiyadan o'tkazishi va doktoranturaga nomzodlarni taklif qilishi mumkin edi. Talabalar universitetlaridan farqli o'laroq, faqat Boloniyaning fuqarosi hay'at a'zosi bo'lishi mumkin edi. Boloniya Universitetida barcha kuch talabalarning qo'lida edi, ya'ni ular amalda o'qituvchilarning ish beruvchilari bo'lib va ular kimning ma'ruzalarini tinglashlari kerak, kimning rahbarligi ostida o'qishni tanlashlari va shuningdek, o'qituvchilarning ish haqini belgilashlari mumkin edi.

O'rta asrlarda diniy va falsafiy ta'limning markaziga aylangan Parij universiteti Notr-Damdagi sobor maktabidan va Sankt-Jeneveva abbatligi va Sankt-Viktor abbatligidagi monastirlardan⁸ paydo bo'ldi. Ko'pgina universitetlar uchun namuna bo'lib xizmat qilgan Parij Universitetida menejment (boshqaruv) talabalarga emas, balki magistr'larga (o'qituvchilarga, menejerlarga) taqdim etildi.

1219 yilda cherkov ma'murlari (cherkov hokimiyati) talabalarni ilohiyotni o'rganishdan ko'ra ko'proq ishtiyoqi tufayli Parijda Rim huquqini o'qitishni taqiqladilar. Ko'p o'tmay, Boloniya universiteti huquqshunoslik sohasi va Parij Universiteti ilohiyot sohasida chiroq sifatida xizmat qiladi degan ishonch paydo bo'ldi⁹. Bizga ma'lumki, fakultetlarga birinchi bo'linish aynan Parij Universitetida paydo bo'ldi, keyinchalik ular bilan hamkorlikdan tashqari yangi tashkiliy model - kollej paydo bo'ldi. Vaqt o'tishi bilan boshqa shaharlarda kollejlari ochila boshladi va XIV asr boshlariga kelib ularning soni 25 tadan oshdi, shu tarzda ularning soni tez o'sib bordi. Dastlab, kollejlari to'lovga qodir emas talabalar uchun yotoqxona edi, ammo vaqt o'tishi bilan ular imtiyozli muassasalarga aylandi, ularda talabalar nafaqat yashabgina qolmay, balki o'qib, talabalar elitasini shakllantirdilar.

O'rta asr universitetlari tanlangan amaldorlarga ega bo'lgan demokratik tashkilotlar edi va dunyoviy hamda cherkov hokimiyatining homiyligi tufayli mavqei yanada oshdi. Shunga qaramay, V.Ryugg yozganidek, "ular ilm-fan cho'qqilarini zabt etishga tayyor emas edilar, chunki ular an'anaviy e'tiqodning to'plangan zaxirasini qanday saqlash kerakligi masalasida paydo bo'lgan davrda

⁷ Ле Гофф, Ж. Интеллектуалы в Средние века / Ж. Ле Гофф. СПб. Издательство СПбГУ, 2003. 160 с.

⁸ Суворов, Н. С. Средневековые университеты / Н. С. Суворов. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 256 с.

⁹ Ле Гофф, Ж. Интеллектуалы в Средние века / Ж. Ле Гофф. СПб. Издательство СПбГУ, 2003. 160 с.

tugʻilganlar"¹⁰.

XVI asrning boshlarida universitetlar soni sezilarli darajada oʻsdi, ammo ularning maqomida yoki taʼlimni tashkil etishda sezilarli oʻzgarishlar boʻlmadi. Oʻzgarishlar faqat Uygʻonish davrining kelishi va insonparvarlik falsafasining paydo boʻlishi bilan boshlandi. Professor-oʻqituvchilar va talabalar oʻrtasida qattiq masofa boʻlgan Oʻrta asr maktabining qoidalari oʻrniga maxsus taʼlim va mutaxassislik bilimlari va havaskor olimlarni birlashtirgan yangi bilimlarni, gumanitar tadqiqotlarni birgalikda izlash tushunchasi keldi. Shu bilan birga, Yunonistonning yangi atamasi – akademiya nutqida ildiz otdi. Bosma matbuot ixtirosi ham yangi gʻoyalarning tarqalishiga yordam berdi.

Ilm-fan va universitet taʼlimini rivojlanishining navbatdagi bosqichi tabiatni aniq kuzatish bilan bogʻliq. Rivojlanishning yangi toʻlqini yangi bilimlarni ularga tegishli mavzularni oʻrgatishning belgilangan tartibiga tahdid sifatida qabul qilgan universitetlarni chetlab oʻtdi. Amaliy fanlar paydo boʻlishining natijasi universitetlar bilan bogʻliq boʻlmagan mustaqil ixtisoslashtirilgan maktablarning tashkil etilishi edi. Bu davrda, shuningdek, cherkov taʼsiri ostida universitetlarning soni koʻpaya boshladi. Fransiya inqilobidan soʻng tugatilmagan universitetlarni almashtiradigan oliy maktablar, dastlabki politexnika va harbiy fakultetlar paydo boʻlgan. Innovatsiyalar Oʻrta asr yondashuvidan universitet taʼlimining yangi bosqichiga oʻtishni anglatardi, ayni paytda xususiy universitetlarning birinchi prototiplari paydo boʻldi. Universitet modelini yangilash oʻz navbatida yangi universitetlar va fakultetlarni yaratishga toʻsqinlik qiluvchi mavjud universitetlarni, shuningdek, yangi fanlarni oʻqitishni sezilarli darajada murakkablashtirdi. Vaqt oʻtishi bilan anʼanaviy universitetlar yangi fanlar va ilmiy usullarni qabul qila boshladilar va buning natijasida Germaniyada yangi universitet modeli paydo boʻldi - Gumboldt¹¹. Keyinchalik tadqiqot universitetining prototipiga aylangan nemis klassik universitetining modeli hisoblandi.

Shunday qilib, sanoat davrining boshlanishidagi islohotlar natijasida oʻrta asrdagi vrachlar, yuristlar, teologlar universitetlari - olimlar va muhandislarning tabiiy-ilmiy universitetiga aylandi.

Vilgelm fon Gumbold(1767-1835 yy.) bugungi kunda klassik universitetning 4 ta funksiyalari toʻgʻrisida quyidagilarni keltirib oʻtgan: bilimlarni ishlab chiqish; bilimlarni toʻplash va saqlash; bilimlarni uzatish; bilimlarni tarqatish.

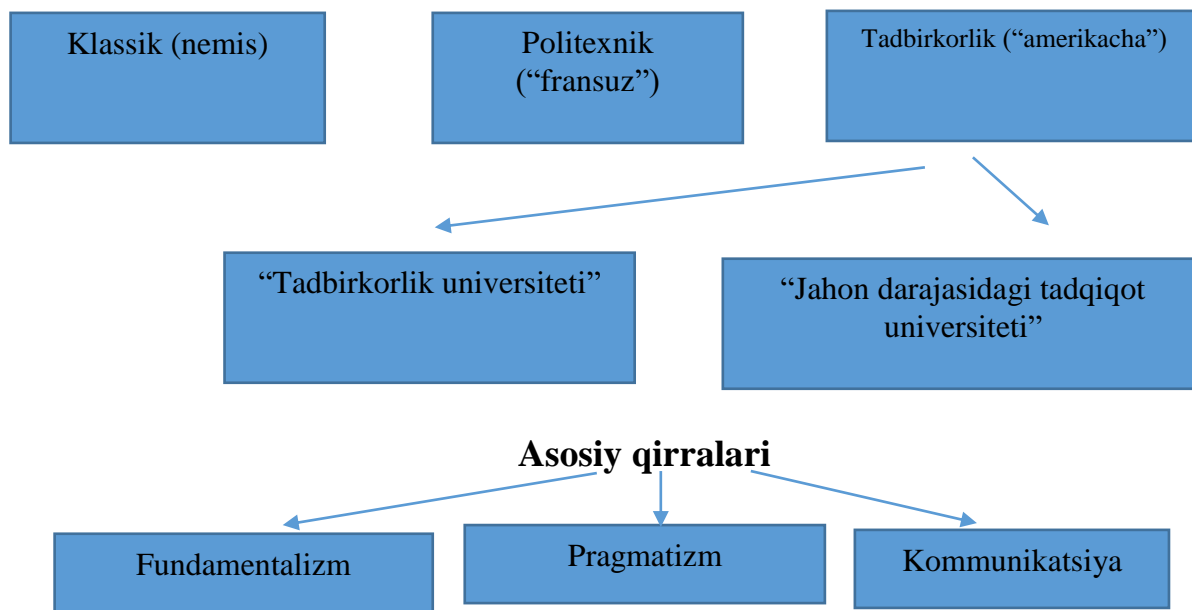
XIX asrning oxirida universitetlarning taʼlim modeli birinchi ilmiy inqilob natijasida ilm va taʼlimni birlashtiruvchi tadqiqot universitetlariga transformatsiya qilish jarayoni roʻy berdi.

¹⁰ Ruegg W. A History of the University in Europe // EuropeanHistory Quarterly, 2008. №1. P. 185-187.

¹¹ Виссема, Й. Университет третьего поколения / Й. Виссема. М.: Олимп-Бизнес, 2016. 480 с.

K. Yaspers (1949 y.)ning fikricha, universitet vazifalarini uchtaga ajratish mumkin - tadqiqot, bilimlarni uzatish (ta'lim) va madaniyat.

Bugungi kunda universitetlarning 3 ta asosiy shakllarini ajratdilar (1.2.1-rasm).



1.2.1-rasm. Universitetlarning 3 ta asosiy shakllari.

Ikkinchi ilmiy inqibol deb ataladigan davrda (XX asrning ikkinchi yarmida) bilimni “o‘zlashtirish” - klassik universitet o‘rniga yangi bilimlarni “yaratuvchi” noklassik universitet keldi.

XX asrning oxirlaridan boshlab insoniyat universitet evolyusiyasining navbatdagi modeli-tadbirkorlik modelini muhokama qilishmoqda¹².

Tadqiqot universitetlari. 1809 yilda taniqli nemis diplomati Vilgelm fon Gumboldt Berlindagi ilmiy muassasalarning ichki va tashqi tashkiloti to‘g‘risida memorandumni e‘lon qildi, unda keyinchalik klassik nemis ta‘limi asosiga aylangan tamoyillar tasvirlangan¹³.

Universitet muxtoriyatga aylandi - davlat o‘qituvchilar va olimlarga ta‘sir ko‘rsatmadi, ular o‘qish va o‘quv uslubini o‘z xohishiga ko‘ra tanlashlari mumkin edi, talabalar tanlash erkinligi ular olgan kasb doirasida o‘quv kurslarini mustaqil tanlash bilan bog‘liq edi. O‘qitish sifati ham yaxshilandi - darslar uni yaxshi bajarganlar tomonidan emas, balki amaliy tadqiqotchilar va olimlar tomonidan olib borildi. O‘qitish va tadqiqotning birligi tamoyili hamda mashg‘ulotning yangi turi

¹² Тазарбеков К.А. К разработке « Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет». Тезисы. - алматы: Университет «Туран», 2016. С. 4.

¹³ Дуда, Г. Введение к меморандуму Вильгельма фон Гумбольдта «О внутренней и внешней организации высших научных заведений в Берлине» // Университетское управление: практика и анализ. 1998. №3. С. 24-27.

paydo bo'ldi - o'qituvchi va talabalar birgalikda ikkala tomon uchun ham qiziqadigan ilmiy yo'nalishlarni birgalikda o'rganadilar. Universitetlar ham davlat tomonidan moliyalashtirila boshlandi, natijada davlat tomonidan professorlar tayinlana boshlandi.

Gumboldt universiteti 1810 yilda Berlinda ochilgan. Uning mafkurasi faylasuf Shleermaxerning qarashlariga asoslanib shunday degan edi: "Universitetning vazifasi maktab va kollejlarda bo'lgani kabi, umumiy tan olingan va amaliy bilimlarni yetkazish emas, balki qanday qilib bu bilimlar olinishini o'rgatishdir; talabalarning ilmiy izlanishlarga qiziqishini uyg'otish va ularning barcha fikrlarida ilm-fanning asosiy qonunlarini inobatga olishlariga yordam berish"¹⁴. Gumboldt universiteti - bu "tadqiqot, ta'lim va bepul o'qitish g'oyasi"¹⁵.

Gumboldt universitetida zamonaviy ilmiy uslublar bo'yicha olib borilayotgan ilmiy tadqiqotlar o'quv jarayonida asosiy rol ni o'ynaydi. Ilmiy izlanishlar o'quv jarayoniga kiritildi, ularda professorlardan tashqari talabalar ko'proq ishtirok etdilar. Tadqiqotlar boshqa olimlar tomonidan olingan natijalarni o'rganish va zamonaviylashtirishga imkon beradigan oqilona yondashuvga, eksperimentlarga (tajribalarga), jiddiy dalillarga va muhokama qilish maydoniga tayandi. Ilmiy xulosalar faqat murakkablik va maqsadga muvofiqlik tamoyillariga asoslanishi kerak edi.

Birinchi akademik tadbirkorlikka o'tish 1862 yilda tuzilgan muhandislik ishiga ixtisoslashgan va mintaqaviy ehtiyojlar uchun hukumatdan yer oladigan Massachesuta texnologiya institutida (Etzkowitz, 2002) ro'y berdi. Keyinchalik akademik tadbirkorlik XX asrning boshida va o'rtalarida gumanitar fanlar yo'nalishlarida qo'llaniladigan Stenfordga o'tkazildi. Hozirgi davrda bunga o'xshagan jarayonlar butun dunyoda ro'y berishi natijasida qator universitetlar uchinchi - iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanish missiyani amalga oshirishga harakat qilishmoqda. Bunga iqtisodiy shart-sharoitlarni hisobga olish va mahalliy akademik va madaniy an'analarga bog'liq bo'lgan faollikni yanada jadallashtirish yo'li bilan erishiladi.

Xohlaganlar ilmiy yutuqlardan foydalanishlari mumkin edi, ularni tekshirish uchun erkin foydalanish mumkin va qisman jamiyat egalik qiladi, shu maqsadda ular ixtisoslashtirilgan davriy nashrlarda va kitoblarda nashr etildi. Universitet ta'limining asosiy maqsadi fanni rivojlantirish va shakllantirish edi. Universitetlarning tarkibiy tuzilmasi ham o'zgardi, bitta fanga ixtisoslashgan fakultetlar ularning asosiga aylandi; hamjamiyat (birodarlik) va kollejlarday deyarli g'oyib bo'ldi.

Universitet modeliga ko'ra harbiy-texnik akademiyalar tashkil etila boshlandi,

¹⁴ Ruegg W. A History of the University in Europe // EuropeanHistory Quarterly, 2008. №1. P. 185-187.

¹⁵ Ясперс, К. Идея университета / К. Ясперс. Минск: БГУ, 2006.159 с.

keyinchalik ular politexnika institutlariga aylantirildi, qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat sanoatiga ixtisoslashgan universitetlar ham ochildi. Shunday qilib, 20-asrning birinchi choragiga qadar olgan universitetlar, harbiy, politexnika, tijorat, tibbiy, veterinariya, qishloq xo'jaligi, ta'lim, siyosiy va musiqa sohalarida bilim berardi. Gumboldt universiteti nafaqat Yevropada, balki AQShda ham universitetlarni yaratish uchun namuna bo'ldi. Universitetlar tizimi 19-asrda mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy, madaniy va siyosiy rivojlanishi uchun zarur bo'lgan ehtiyojni hisobga olgan holda shakllandi.

O'sha davr mualliflarining aksariyati nemis universitetlarining klassik modelini qo'llab-quvvatlab, "nemis universitetlari sivilizatsiyalashgan dunyodagi universitetlar uchun normaga aylandi"¹⁶, universitetda ilm-fan va fikr erkinligining ahamiyati ushbu modelning asosiy ustunligi hisoblanadi. Ammo bu modelga qarshi bo'lganlar ham bor edi, ular chet el modellarini takrorlashni to'xtatish va rus haqiqatlariga moslashtirilgan o'z modelini yaratish kerakligini ta'kidlashdi. 20-asrning birinchi choragida inqilobdan oldingi Rossiya universiteti Yevropaning eng qadimgi universitetlarining inqirozi bilan bog'liq bo'lgan inqirozni boshdan kechirdi. Germaniya universitetlari o'zgarishlarni qabul qilmaslik va fanni isloh qilishda hamda universitetni demokratlashtirish tarafdori bo'lganlikda ayblana boshladilar. Yevropa universitetlaridan farqli o'laroq, shu jumladan texnik fakultetlarni ham o'z ichiga olgan Amerika universitetlari keltirilgan.

Universitet 2.0 ning o'ziga xos xususiyatlari:

- asosiy maqsadlar ilmiy va tijorat maqsadlarida emas, balki ilm-fan taraqqiyoti yo'lida olib boriladigan tadqiqotlar;
- ilmiy nashrlar va kashfiyotlar soni bo'yicha universitetlarning reytingi;
- universitetlar o'rtasida raqobat ruhining yo'qligi;
- monointizomiy tadqiqotlar;
- ta'limning "elitizmi" ("elitarlilik") - faqat qobiliyatli va badavlat talabalar ma'lumot olishlari mumkin;
- universitet va boshqa tashkilotlar o'rtasidagi o'zaro aloqalarning yo'qligi;
- milliyalashtirish - o'qitish davlat tilida olib boriladi;
- moliyaviy qo'llab-quvvatlashning asosiy shakli davlatdir.

Klassik nemis universitetining modeli o'z davri uchun muvaffaqiyatli bo'lgan, ammo ma'lum bir paytda u tanqidga uchragan va bir qator sabablarga ko'ra zamonaviy talablar va tendensiyalarga mos kelmay qo'ygan. 20-asr o'rtalarida talabalar soni keskin ko'payib, bu budjet mablag'larining ko'payishiga va universitet faoliyati ustidan davlat nazoratining kuchayishiga olib keldi, byurokratiya darajasini sezilarli ravishda oshirdi va o'qituvchilarning ilmiy

¹⁶ Сперанский, Н. В. Кризис русской школы. Торжество политической реакции. Крушение университетов / Н. В. Сперанский. М.: Типолитография т-ва И.Н. Кушнерев и Ко, 1914. 271 с.

izlanishlaridagi yoʻnalishni tanlash erkinligini kamaytirdi. Talabalar sonining koʻpayishi ham oliy maʼlumot darajasi va sifatiga salbiy taʼsir koʻrsatdi, talabalar soni koʻpayganiga qaramay, hammasi ham oʻqishni tugatmadi. Globallashuv tufayli ingliz tili universitet muhitida lotin va milliy tillarning oʻrnini bosadigan yangi universal tilga aylandi. Sayohat va aloqa xarajatlari narxining sezilarli darajada pasayishi natijasida talabalar harakati erkinligi va chet el universitetlarida oʻqish imkoniyati oshdi. Talabalar va oʻqituvchilarning harakatchanligi oʻquv va yangi tadqiqotlar uchun mablagʻ ajratadigan turli xil fondlar tomonidan qoʻllab-quvvatlandi. Bu omillar, ayniqsa katta yoshdagi talabalar va yosh olimlar uchun kurashda universitetlararo raqobatning kuchayishiga olib keldi. Boloniya jarayoni, Sorbonna va Boloniya deklaratsiyalari ham taʼlim modeli va universitet tushunchasiga sezilarli taʼsir koʻrsatdi. Boloniya jarayonining asosiy maqsadi oliy taʼlim tizimini modernizatsiya qilish orqali Yevropada raqobatbardosh iqtisodiyotni yaratish uchun yuqori darajadagi mutaxassislar va malakalarni tayyorlashdir. Boloniya deklaratsiyasini 1999 yilda Yevropa davlatlarining 29 vaziri imzolagan¹⁷, 2004 yilda kelishuvda ishtirok etgan davlatlar soni 40 tani tashkil etgan boʻlsa, bugungi kunda Boloniya jarayonida 48 ta davlat qatnashmoqda.

Boloniya jarayonining asosiy maqsadlari va vazifalari¹⁸:

- Yevropa oliy taʼlimining sifati va jozibadorligini oshirish;
- bakalavr, magistratura va aspiranturada bitiruvchilar uchun yagona malaka tizimini joriy etish va oʻzaro tan olish;
- Yevropa oliy taʼlim hududini yaratish;
- talabalar va oʻqituvchilarning harakatchanligini oshirish;
- kredit punktlari (**ECTS**) kredit tizimini yaratish va boshqalar.

Taʼlim dasturlari darajasini nazorat qilish va kerakli darajada ushlab turish uchun oʻquv dasturlarining akkreditatsiyasi yaratildi, bu dasturning mazmuni va hajmining berilgan malaka bilan muvofiqligini baholash natijalari boʻyicha amalga oshiriladi. Akademik harakatchanlikni rivojlantirish uchun turli xil universitetlarda oʻqish natijalarini aniqlash va taqqoslash, shuningdek, kasbiy tayyorgarlikning sifati va darajasini aniqlashga imkon beradigan Transfer Kredit Birliklarining Yevropa tizimi (**ECTS**) yaratildi. Ikki bosqichli taʼlim tizimini yaratilishi Gumboldt universiteti modelida sezilarli oʻzgarishlarga olib keldi. Bu shuni koʻrsatdiki, bakalavr doirasida oʻqituvchi tadqiqot qobiliyatini yoʻqotadi, turli odamlar yana oʻqitish va tadqiqotlar bilan shugʻullanadilar. Ilm-fan universitetlarni

¹⁷ History // European higher education area. 2015. URL: <http://www.ehea.info/pid34248/history.html> (дата обращения: 02.10.2017).

¹⁸ The Bologna Declaration of 19 June 1999 // European higher education area. 2015. URL: http://media.ehea.info/file/Ministerial_conferences/02/8/1999_Bologna_Declaration_English_553028.pdf (дата обращения: 02.10.2017).

tark etadi - tadqiqotlar fondlar doirasida olib boriladi, olimlar konferensiyalar va simpoziumlarda nutq soʻzlaydilar, tadqiqot natijalari ommaga ochiqdir. Universitet modelini rivojlantirishning yana bir omili yangi tadqiqot turlarining paydo boʻlishi va rivojlanishi boʻldi. Dastlab, tadqiqotlar bitta ilmiy intizom doirasida olib borilgan, ammo vaqt oʻtishi bilan ular ikki yoki undan ortiq fanlar, koʻp yoʻnalishli tadqiqotlar birlashuvida oʻzgartirildi va amalga oshirila boshlandi, texnologiya hamda loyihalashtirish, trans intizomiy tadqiqotlar bilan birlashtirildi. Fanlararo tadqiqotda turli sohalar va turli fakultetlar mutaxassislari loyihaning biron - bir sohasiga murojaat qilmasdan birgalikda ishlaydi. Klassik nemis universiteti modeli yangi turdagi tadqiqotlarni oʻtkazish uchun mos emas edi, bu esa tashkiliy tuzilmani modernizatsiya qilish zaruriyatini keltirib chiqardi. Tadqiqotga yangi turlar va yondashuvlarning rivojlanishi ilmiy guruhning sezilarli darajada oʻsishi va koʻplab qimmatbaho zamonaviy uskunalardan foydalanish zarurati bilan bogʻliq holda ularning narxini oshirdi. Tadqiqot xarajatlarining oshishi kelajakda universitetlarni nafaqat davlatdan, balki kompaniyalardan ham mablagʻ izlashga majbur qildi, bu esa kelajakda birgalikda hamkorlik uchun keng ufq ochadi. 20-asrning boshlarida universitetlar amaliy va innovatsion tadqiqotlarni oʻtkazishga qiziqish bildirmadilar, ularning asosiy va yagona maqsadi faqat fundamental fan edi. Ammo, sanoat allaqachon rivojlanib bordi va yangi ixtirolar, kashfiyotlarga talab paydo boʻla boshladi, uni universitetlar qoniqtirmoqchi emas edi. Shu munosabat bilan sanoat korxonalarini va turli boʻlimlar tomonidan yaratilgan ixtisoslashtirilgan amaliy tadqiqotlar institutlari faol ravishda ochila boshlandi. Ilgʻor tadqiqotlari va kashfiyotlari bilan yangi institutlar ilm-fan va jamiyatning zamonaviy ehtiyojlariga moslashishni istamagan universitetlarning eskirgan modeli uchun jiddiy raqobatchilarga aylandi. Universitetlarning rivojlanishida yangi IT-kompaniyalar va ularda yuqori texnologiyali startaplarning paydo boʻlishi, ilmiy izlanishlar va bitiruvchilar uchun yangi ish joylari yaratilishi boʻldi. Universitetlar va davlat ishsizlik muammosini kamaytiradigan, iqtisodiy rivojlanish va innovatsion salohiyatni oshiradigan texnologik klasterlarni yaratishga intilmoqda. Koʻpincha bunday kompaniyalar bitiruvchilar va talabalarning oʻzlari tomonidan yaratiladi. Shu bilan birga, universitetlar va ishlab chiqarish kompaniyalari oʻrtasida korporativ buyurtmalar va ishlanmalarning bir qismini taʼminlaydigan hamkorlik mashhurlik kasb etmoqda.

Universitet 2.0 ning funksiyalari taʼlim xizmatlari va ilmiy izlanishlarni taqdim etish bilan cheklangan, ixtirolarni tijorlashtirish talab qilinmagan - bu amaliy tadqiqotlar va ilmiy-texnik ishlanmalar bilan bogʻliq tashkilotlarning vazifasi edi.

1.3. Tadbirkorlik universiteti – universitet rivojlanishining zamonaviy bosqichi sifatida – 3.0 konsepsiyasi.

Universitet - bu fundamental va ko'pgina amaliy fanlar bo'yicha mutaxassislar tahsil oladigan oliy ta'lim muassasidir. Qoidaga ko'ra u ilmiy-tadqiqot ishlarini ham olib boradi. Ko'pgina zamonaviy universitetlar o'quv-ilmiy-amaliy kompleks sifatida faoliyat yuritadilar. Universitetlar o'z tarkibiga ilmiy bilimlar asoslarini tashkil etuvchi turli xil fanlar yig'indisini namoyon etuvchi bir nechta fakultetlarni birlashtiradi.

Bugungi kunda oliy ta'lim tizimi bozor tomonidan sezilarli darajadagi bosimga duch kelmoqda: davlat va nodavlat moliyalashtirish nisbati o'zgarmoqda, oliy ta'lim muassasalari borgan sari budjet mablag'larini kam miqdorda olib, ular homiylarni ko'proq faol ravishda jalb etish hisobiga moliyalashtirish manbalarini diversifikatsiyalashga, o'qish uchun to'lovlar miqdorini oshirishga, shuningdek o'z tadbirkorlik faoliyati va boshqa xo'jalik faoliyati turlari hisobiga mablag'lar topishga majbur bo'lmoqdalar.

Zamonaviy universitet jamiyatning faol, ko'pqirrali va samarali faoliyat yurituvchi instituti bo'lib, bir vaqtning o'zida uchta yirik vazifalarni hal etishi lozim: ta'lim, ilmiy va innovatsion-tadbirkorlik. Bunday universitetlarda akademik ta'lim olish bilan bir qatorda bitiruvchilarning tadbirkorlik faolligini ham rag'batlantirish lozim, bu o'z navbatida universitetning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish markazi bo'lishiga imkon yaratadi¹⁹.

Tadbirkorlik universiteti tarixi Kaliforniyada (XX asrning 40 yillarining oxiri 50 yillarning boshlarida) Silikova (Kremli) vodiysini yaratish bilan boshlanadi. Buning asosiy maqsadi Massachuseta texnologik universiteti bilan biznes o'rtasidagi hamkorlikni yo'lga qo'yish bo'lgan.

Yevropada birinchi tadbirkorlik shaklidagi birinchi universitet 1994 yildan Xalmers universiteti (Geteborg) hisoblanadi.

Birinchi marta "tadbirkorlik universiteti (institut)" iborasi britaniyalik tadqiqotchi Berton Klarkning "Tadbirkorlik institutlarini yaratish. Transformatsiyaning tashkiliy yo'llari" nomli kitobida qo'llanilgan. "Tadbirkorlik universiteti" konsepsiyasining muallifi bo'lib Stenford universiteti professori Genri Iskovis hisoblanadi²⁰.

Tadbirkorlik universitetining asosiy qirralari.

1. Tadbirkorlik universitetlari ijtimoiy tadbirkorlik bilan shug'ulanadilar. P. Druker "tadbirkorlik na fanga, na san'atga taalluqli emas - bu aniq faoliyat, amaliyot" deb hisoblanagan.

¹⁹ Самойленко К.А. Перспективы развития инновационнопредпринимательских университетов: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/1983/1/Nauk_chut_2014_3_177182.pdf.

²⁰ Тазарбеков К.А. К разработке «Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет». Тезисы.- алматы: Университет «Туран», 2016. С. 5.

Tadbirkorlik universitetining mazmun-mohiyatini hatto Y.Shumpeter (1883-1950 yy.) tomonidan aniqlangan quyidagi 4 ta jihat orqali ifodalash mumkin:

- yangiliklar (innovatsiyalar)ga intilish;
- tavakkalchilikni bilish;
- o‘z kuchiga ishonish;
- o‘z mustaqilligini his etish.

Tadbirkor “kreativ buzish” bilan shug‘ullanadi va resurslarning yangi kombinatsiyalarini amalga oshiradi.

2. Tadbirkorlik universiteti o‘z faoliyatini moliyalashtirishning ko‘pkanalli tizimiga ega. Uning asosiy manbalari: 1) ta’lim xizmatlarini amalga oshirish; o‘quv-uslubiy adabiyotlarni nashr ettirish va sotish; 3) mablag‘larni biznesdan qo‘shma tijorat loyihalarni jalb etish orqali topish; 4) mintaqaviy buyurtmalarni bajarishdan tushumlar; 5) davlat buyurtmalari; 6) bitiruvchilar; 7) xalqaro filantropik(homiylik, xayriya) tashkilotlar. Fandreyzing (turli maqsadlar uchun pul mablag‘larini yig‘ish). Endaument (xayriya investitsion fondi, universitet hamjamiyatini qo‘llab-quvvatlovchi juda muhim dastak).

3. Tadbirkorlik universiteti doimiy ravishda yangi faoliyat turlari bilan shug‘ullanish borasidagi ya’ni, raqobatchilikni kuchaytirish va faoliyatni diversifikatsiyalash, marketing xizmatini yaxshilash kabi tashabbuslar bilan chiqadi. Shuningdek, mavjud (nazorat qilinadigan) resurslar va innovatsiyalar doirasidagi imkoniyatlarni izlash, texnoparkli muhit va texnoparkcha tafakkur bilan shug‘ullanadilar.

4. Tadbirkorlik universiteti o‘zining ichki kuchiga(permanentli) mos holda chuqur transformatsiyasini amalga oshiradi. Tadbirkorlik universiteti-bu ambitions maqsadlar + samarali tashkiliy o‘zgarishlardir. Tadbirkorlik tashkilotiga fan, ta’lim va innovatsiya o‘rtasidagi yangi balans kerak bo‘ladi.

Innovatsiyaviylik va loyihali yo‘naltirilganlik ham ta’limni ham ilmiy tadqiqotlarni o‘z ichiga qamrab oladi. Natijada, professionalizm tushunchasining o‘zgarishi ro‘y beradi. Fanlararo jamoaviy ishlash uslubi tasdiqlanadi. Ilmiy tadqiqotlarda asosiy e’tibor asosan amaliy tadqiqotlarga va innovatsiyalarni ishlab chiqishga qaratiladi.

5. Tadbirkorlik universiteti xalqaro aloqalarni qo‘shgan holda tashqi muhit bilan o‘zaro xatti-harakatlarni yangi bosqichga olib chiqadi. Tadbirkorlik universitetining hamkorlar bilan ko‘p tomonlama o‘zaro xatti-harakatlarini G.Iskovisning “Uchala spiral” tamoyili orqali ko‘rib chiqish mumkin: biznes, hukumat, universitet.

“Uchala spiral” modelining asosida G.Iskovisning quyidagi tasdiqlari yotadi:

1) biznes, hukumat va universitetning o‘zaro hamkorlikdagi tadbirkorlik faoliyatidagi imkoniyat tamoyili;

2) hukumat, biznes va ta'lim modelida ular bir-biriga chambarchas bog'liq bo'lib, innovatsion iqtisodiyotda universitet bosh rolni o'ynaydi.

3) ko'rsatilgan sub'ektlar orasidagi o'zaro munosabatlar borgan sari yaqinlashib, chegaralar bosqichma-bosqich yo'qolib bormoqda.

Tadbirkorlik universiteti rolining ortishi bilimlarni "generatsiyalash" mexanizmini shakllantirish sifatida ularni amaliyotda qo'llashgacha olib borishga qodirligi bilan izohlanadi. Bunda akselaratsion (kuchaytiruvchi) dasturlar, asosan yoshlardan iborat bo'lgan yangi jamoalar muvaffaqiyatli star-up – startaplar ("jarayonning boshlanishi"), spin-off - spinoflar ("reklama, xabar jo'natish", "hamkorlikdagi natija") -tijorat maqsadidagi takliflar uchun sho'ba kompaniyalarni ajratish yo'li bilan qayta tashkil etish muhim rol o'ynaydi.

Bugungi kunda tadbirkorlik universitetlari global axborot jamiyatida va xalqaro aloqalarni mustahkamlashda, sivilizatsiyalararo sinagriya siyosatini amalga oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu borada yevropaliklar amerikaliklardan o'rganishgan bo'lishsa, bizlar ham amerikaliklar ham yevropaliklardan, ham xitoyliklardan ham o'rganishimiz lozim.

Shunday qilib, tadbirkorlik universiteti – bu:

birinchidan, universitet-o'z missiyasi doirasida tadbirkor;

ikinchidan, universitet-innovator. Uning sub'ektlari innovatsion, uning faoliyati innovatsion, uning mahsuloti innovatsion;

uchinchidan, universitet-integrator. Uning barcha sub'ektlari faoliyati yakuniy natijaga yo'naltirilgan bo'lib mintaqaviy hamjamiyatga hamohang tarzda amalga oshiriladi. U yetakchi mahalliy va xorijiy OTMLar bilan hamkorlikdagi "strategik birlashmalar"ning ishtirokchisi hisoblanadi.

Adabiyotlar va muomalada oxirgi paytlarda "tadbirkorlik universiteti" universitet 3.0 nomi bilan atalib rossiyalik mutaxassislar G.N.Konstantinov va S.R.Filonovich tomonidan berilgan ta'rifga ko'ra, tadbirkorlik universiteti - bu uchta sohada - bilimlarni yaratish, o'qitish va bilimlarni amalda o'zgartirish - yangi faoliyatni boshlash, ichki muhitni o'zgartirish va tashqi muhit bilan o'zaro munosabatlarni o'zgartirish orqali cheklovlarni yengib o'tish uchun muntazam ravishda harakat qiladigan oliy o'quv yurti²¹.

A.O.Grudzinskiy tadbirkorlik universitetini quyidagilar deb hisoblaydi: 1) o'z faoliyatida maqsadli innovatsiyalarga asoslangan, xavf va dinamik talab sharoitida ishlashga qodir bo'lgan tashkilot; 2) rentabelli faoliyat olib boradigan va birinchi navbatda o'z imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda iqtisodiy jihatdan samarali tashkilot; 3) egiluvchan tarmoqqa ega liberal tashkilot; 4) asosiy omillar odamlar, guruhlar va ularning to'liqligi bo'lgan tashkilot, bunda odamlar ishi foyda va havf

²¹ Константинов Г. Н., Филонович С. Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. 2007. №1. С. 49-62.

balansiga asoslanadi; 5) rahbariyati birinchi navbatda xodimlarning harakatlarini rejalashtirish va nazorat qilishni emas, balki tashkilotning strategiyasi doirasidagi faoliyatni har tomonlama qo'llab-quvvatlaydigan tashkilot, bu uchun rahbariyat ijrochilarga o'z huquq va majburiyatlarini imkon qadar topshiradi; 6) iste'molchi oldida turgan va uning talablariga kiritilgan o'zgarishlarga o'z vaqtida va moslashuvchan javob berishga imkon beradigan tashkilot »²².

Universitet 3.0 ning asosiy xususiyatlarini ko'rib chiqamiz:

– *Yangi avlod universitetining asosiy vazifasi sifatida bilimlarni shakllantirish va tijoratlashtirish;*

Ta'lim xizmatlarini ko'rsatish va ilmiy izlanishlarni amalga oshirish bilan bir qatorda, 3.0 universiteti uchinchi muhim funksiyaga ega - ixtirolar va bilimlardan foyda olish. Ilgari universitetlar intellektual faoliyat natijalarini sotishgan va xayriya qilishgan, ammo bu universitetning asosiy faoliyati va daromadlaridan biri emas, balki o'qituvchilar uchun qo'shimcha daromad olish imkoniyati sifatida joylashtirilgan.

– *Sanoat kompaniyalari, investorlar, venchur fondlar, yirik korporatsiyalar, ilmiy-tadqiqot tashkilotlari va boshqa universitetlar bilan o'zaro rivojlangan hamkorlik;*

Universitet 3.0 texnologik tadbirkorlarni jalb qilish markaziga va bilim va yangi texnologiyalarni ishlab chiqaradigan joyga aylanmoqda.

Zamonaviy raqobat sharoitida, butun dunyo miqyosida muhim xalqaro tadqiqotlar o'tkazish yoki yirik ilmiy kashfiyotlarning yaratilish markazi bo'lgan universitet va kasbiy boshqaruv hamda operatsion xizmatlarni taqdim etadigan turli xil ilmiy-tadqiqot tashkilotlari, investorlar va firmalarning hamkorligi bilan amalga oshirish mumkin. Kompaniyalar va ilmiy markazlar universitet hududida joylashgan bo'lib, bu ularning aloqasini, universitet professorlaridan maslahat olishni va talabalarni rivojlanishga jalb qilishni osonlashtiradi.

Universitet 3.0 butun dunyoning eng yaxshi fikrlarini jalb qilgan holda o'z atrofida tadbirkorlik ekotizimini yaratadi, ular bilan taqqoslaganda, universitet 2.0 ga yaqin hududlardan iqtidorli talabalarni jalb etgan holda mintaqaviy tadqiqot markazlariga aylanadi.

– *Yuqori xalqaro reytinglar;*

Yangi avlod universitetlari ilmiy nashrlarning soni bilan emas, balki ular asosida yaratilgan texnologik kompaniyalarning tadqiqotlari va kapitallashuvi bo'yicha shartnomalar miqdori bilan baholanadi.

– *Eng yaxshi mutaxassislar, talabalar va ilmiy-tadqiqot shartnomalari uchun faol tanlov (raqobat);*

²² Грудзинский А. О. Университет как предпринимательская организация // Социологические исследования. 2003. №4. С. 113-121.

Universitet 3.0 da o'qishga kirishga talablar kuchaytiriladi, iqtidorli talabalar uchun maxsus sharoitlar yaratilib, moliyaviy yordam uchun mablag' ajratiladi. Universitetlarga qabul qilish tartibining qat'iylashishiga qaramay, ikkita ilmiy yo'nalish – standart dastur va ilg'or ilmiy izlanishlarga asoslangan murakkab yo'nalish paydo bo'ladi.

– *Globalizatsiya siyosati - o'qitish ingliz tilida olib boriladi (ingliz tilida dars berish);*

Barcha darslar biznes tiliga aylangan ingliz tilida olib boriladi, davlat tili maktabdan tashqari soatlarda bir mamlakatning talabalar o'rtasidagi muloqot tili bo'lib qoladi. Xodimlar va o'qituvchilar xalqaro korporatsiyalardan va dunyoning yetakchi universitetlaridan tobora ko'proq jalb qilinmoqda.

– *Asosan fanlararo ilmiy tadqiqotlarni o'tkazish;*

Fanlararo va trans intizomiy tadqiqotlar yangi bosqichga ko'tarilmoqda - talabalar va turli fakultetlarning vakillaridan iborat loyihaviy guruhlar tashkil etilib, bu qiyin vazifalarni bajarishga, vakolatlarini sezilarli darajada kengaytirishga va loyiha ishtirokchilari va integratsiyalashgan qarorlarni qabul qilishga qodir bo'lgan birinchi darajali rahbarlarni tayyorlashga imkon beradi.

– *Universitet 1.0 modeliga nisbatan yaqin bo'lgan turli xil o'qituvchilar va talabalar tarkibi;*

Universitetlar yana ko'p madaniyatli bo'lib kelmoqdalar, bu talabalarga nafaqat tadqiqot, balki madaniy va aloqa ko'nikmalarini rivojlantirishga imkon beradi.

– *Davlat boshqaruvi va aralashuviga bog'liqlikni kamaytirish.*

Davlat universitet 3.0 ni moliyalashtirishni davom ettirmoqda, ammo tadqiqotlarning siyosatga bog'liqligi va ta'sirini kamaytirish uchun moliyalashtirish uchinchi tomon vositachilari orqali amalga oshiriladi. Universitet shuningdek, bitiruvchilar va xayriya homiylarining xayriyalari orqali ajratiladigan mablag'lar hisobidan mablag' oladi.

O'rta asr universitetlari Boloniya va Parij universitetlari namunalarida asosida yaratilgan, Berlindagi Gumboldt universiteti va nemis klassik universitet modeli keyingi avlod universitetlari uchun muhim bosqich bo'ldi, 3.0 universitetlari uchun esa kim namuna? Universitet 3.0 sohasining yetakchilari Massachusetts texnologiya instituti (AQSh), Kaliforniya texnologiya instituti (AQSh), Kembrij universiteti (Buyuk Britaniya), Stenford universiteti (AQSh), Singapur milliy universiteti (Singapur), Tel-Aviv universiteti (Isroil) va boshqalar hisoblanadi. Massachusetts texnologiya instituti (MTI) misolida to'xtalib o'tamiz.

Massachusetts texnologiya instituti 1861 yilda Kembrijda AQShning Massachusetts shtatida tashkil etilgan. Uning yillik budjeti uch milliard dollardan oshadi, 2017 yilda talabalarning umumiy soni 11000 kishini tashkil etgan. MTI

dunyodagi eng yirik tadqiqot markazi bo'lib, uning 89 a'zosi Nobel mukofotiga sazovor bo'lganlar²³, so'nggi 5 yil ichida u QS universitetlarining dunyo reytingida birinchi o'rinni egallab turibdi²⁴. Massachusetts texnologiya instituti nemis politexnika ta'limi modeliga muvofiq tashkil etilgan va Linkoln laboratoriyasi, informatika va sun'iy intellekt laboratoriyasi hamda menejment maktabi singari dunyoga mashhur 5 ta ilmiy laboratoriyani o'z ichiga oladi.

MTI tashkil etilgandan beri tadqiqotchilar uchun fakultetlararo tadqiqot strategiyasi ishlab chiqilgan bo'lib, tadqiqot yo'nalishlari bilan cheklanib qolmay, natijada institutning sanoat va boshqa ilmiy-tadqiqot tashkilotlari bilan hamkorligi faol rivojlandi. Bugungi kunda MTI umumiy ta'lim dasturlarida va kichik birlashmalarda o'qituvchilar va talabalar bilan ishlaydigan 700 dan ortiq kompaniyalar bilan hamkorlik qiladi. 2016 yilda tadqiqotlar uchun homiylik 200 million dollardan ko'proqni tashkil etdi, bu Massachusetts Texnologiya instituti tadqiqotlari umumiy moliyalashtirishning 19 foizini tashkil etadi²⁵. AQSh Milliy Ilmiy Jamg'armasi ma'lumotlariga ko'ra, MTI tibbiyot fakultetisiz barcha universitetlar va kollejlarda o'rtasida ilmiy moliyalashtirilgan ishlanmalar va tadqiqotlarni rivojlantirish bo'yicha ikkinchi o'rinda turadi²⁶. Texnologiyalarni litsenziyalash va patentlash bilan tijorat investitsiyalari MTI va Linkoln laboratoriyasida ixtirolar va kashfiyotlarga kiritiladi. 2016 yilda 800 ta yangi ixtiro e'lon qilindi, 341 ta patent berildi, 110 ta litsenziya berildi va 25 ta kompaniya yaratildi²⁷. Korporatsiyalar bilan kuchli aloqalar, shuningdek, tegishli sohalarda o'qitish amaliyotini taklif etadigan biznesni boshqarishga yo'naltirilgan dasturlarda ham o'z aksini topgan. MTI ta'limi muhandislar, olimlar va tadqiqotchilarga taniqli va izlanuvchan mutaxassislariga ega bo'lish imkonini beradi.

Bugungi kunda, yangi avlod universitetlarining aksariyati Qo'shma Shtatlarda joylashgan bo'lib, ularning mamlakatda paydo bo'lishi va rivojlanishi shuningdek, universitetlar va korporatsiyalar o'rtasidagi o'zaro manfaatli aloqalarni rivojlantirishga, shuningdek texnologiya kompaniyalari va innovatsiyalarni yaratishga ko'maklashuvchi "Patent va savdo markalari to'g'risidagi qonun" deb ham nomlanadigan 1980 yilda Bay-Dole to'g'risidagi qonun qabul qilinganligi bilan bog'liq²⁸. Qonun qabul qilinishidan oldin, barcha ilmiy kashfiyotlar va

²³ MIT Financial Data // MIT Facts. 2017. URL: <http://web.mit.edu/facts/financial.html> (дата обращения: 08.11.2017).

²⁴ QS World University rankings // QS Top Universities. 2017. URL: <https://www.Topuniversities.com/university-rankings/worlduniversity-rankings/2018>.

²⁵ MIT Financial Data // MIT Facts. 2017. URL: <http://web.mit.edu/facts/financial.html> (дата обращения: 08.11.2017).

²⁶ Rankings by total federal obligations // National Science Foundation. 2017. URL: <https://ncesdata.nsf.gov/profiles/site?Method=rankingBySource&ds=fss> (дата обращения: 02.11.2017).

²⁷ MIT at a glance // MIT Facts. 2017. URL: <http://web.mit.edu/facts/faqs.html>.

²⁸ Public Law №96-517. Chapter 30: accept by Senate of the United States of America at 12 dec. 1980 // U.S. Government publishing office. 2008. URL: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/STATUTE-94/pdf/STATUTE-94-Pg3015.pdf> (дата обращения: 10.10.2017).

patentlar federal moliyalashtirish hisobiga o'tkazilgan tadqiqotlar natijasida davlatga tegishli edi. Qonun universitetlarga va korxonalariga universitet 3.0 ni shakllantirish va innovatsion mahsulotlarni yaratishni faollashtirgan davlat dasturlari mablag'lari hisobiga yaratilgan intellektual mulk huquqlarini olish huquqini berdi. Biroq Bay-Dole qonuni tadbirkorlik universitetining shakllanishi va rivojlanishining yagona drayveri (qo'zg'atuvchisi) emas edi, universitet an'analari mintaqa iqtisodiyotini rivojlantirishga, "patent" tushunchasini qonuniy ravishda kengaytirishga va boshqa omillarga ta'sir ko'rsatdi. AQShda tadbirkorlik universitetlarini tashkil etish yo'lidagi navbatdagi huquqiy qadamlar Milliy kooperativ tadqiqotlar to'g'risidagi qonun (1984 y.), Federal texnologiyalarni topshirish to'g'risidagi qonun (1986 y.) va Milliy kooperativ tadqiqotlar va mahsulotlar to'g'risida qonun (1993 y.). AQShning yangi patent siyosatining asosiy maqsadlaridan biri ilmiy bilimlarni universitetlarga topshirishni soddalashtirish orqali tadqiqot uchun nodavlat mablag'larini jalb qilish va ushbu natijalarni keyinchalik tijoratlashtirishni istash edi.

Universitet 3.0 modeli rivojlanishining yangi bosqichi XX asrning 50-60 yillarida AQSh va Kanadada ochilgan ilmiy parklarning universitetlarda paydo bo'lishidan boshlandi. Ilmiy parklarning aniq ta'rifi yo'q, ular biznes-inkubatorlar, texnologiya markazlari, tadqiqot parklari, ilmiy parklar, texnoparklar va boshqalar deb ham ataladi.

Texnologik parklar xalqaro assotsiatsiyasining (**IASP**) ta'rifiga ko'ra, ilmiy park ixtisoslashgan mutaxassislar tomonidan boshqariladigan tashkilot bo'lib, uning asosiy maqsadi innovatsiyalar madaniyati va biznes hamda innovatsion kompaniyalarning raqobatbardoshligini oshirish orqali jamiyatning farovonligini oshirishdir. Ushbu maqsadlarga erishish uchun Ilmiy park universitetlar, ilmiy-tadqiqot institutlari, kompaniyalar va bozorlar o'rtasida bilim va texnologiyalar oqimini rag'batlantiradi va boshqaradi; inkubatsiya jarayoni orqali innovatsion kompaniyalarni yaratish va o'sishiga hissa qo'shadi, shuningdek, boshqa xizmatlarni va yuqori sifatli uskunalarni hamda jihozlarni taqdim etadi.

Ilmiy parklarni xodimlar soniga, egallab olingan maydonga, ixtisoslikka va boshqa omillarga qarab tasniflash mumkin. Birinchi texnopark 1951 yilda AQShning Kaliforniya shtatidagi Stenford universitetida ochilgan bo'lib, keyinchalik "Silikon vodiysi" yoki "Kremniy vodiysi" sifatida tanilgan²⁹. Silikon vodiysi tufayli Kaliforniya texnologiya, tadqiqot va moliya bo'yicha xalqaro markazga aylandi. Texnoparkning tuzilishini 4 qismga bo'lish mumkin:

– kichik va o'rta innovatsion biznesni o'z ichiga olgan bir yoki bir nechta biznes-parklarni, shuningdek prototipli kompaniyalarni o'z ichiga olgan biznes

²⁹ Чистякова Н. О. Анализ мирового опыта функционирования и развития объектов инновационной инфраструктуры // Известия томского политехнического университета. 2007. №6. С. 76-81.

maydoni (biznes doirasi);

- ilmiy markazlar va laboratoriyalardan iborat Ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari (ITTKI) bo‘limi;
- biznes inkubatorlari, konsalting kompaniyalari, litsenziyalash va patent markazlari va boshqa xizmatlarni o‘z ichiga olgan texnologiya xizmatlari doirasi;
- umumiy xizmatlar ko‘rsatish doirasi kompyuter markazlari, elektr tarmog‘i, kutubxona va boshqalardan iborat.

Ta‘lim hududi universitetlar, biznes-inkubatorlar, institutlar va boshqalar tomonidan taqdim etilgan.

Ilmiy-tadqiqot parklari turli mamlakatlarning iqtisodiy siyosatini rivojlantirishning muhim strategik vositasiga aylanmoqda:

- ilmiy tadqiqotlarni tashkil etish, yangi texnologiyalarni yaratish va bilimlarni tijoratlashtirish;
- texnologik tadbirkorlikni yaratish va rivojlantirish;
- milliy va global iqtisodiyotlarni birlashtirishni rag‘batlantirish;
- iqtisodiy islohotlarni ilgari surish;
- xalqaro darajadagi mutaxassislarni tayyorlash.

Universitet atrofidagi ilmiy-tadqiqot parklari va biznes-inkubatorlarning mavjudligi biznesni rivojlantirish va texnologik startaplarni yaratish uchun maqbul sharoitlarni yaratadi. XX asrning ikkinchi yarmida universitet modelini modernizatsiyalashda faol ishtirok etgan Shvesiya tajribasini ko‘rib chiqamiz. Birinchi tadbirkor universitet Xalmers universiteti bo‘lib, unda olimning tashabbusi bilan universitetning yuqori rahbariyati, rektor tomonidan qo‘llab-quvvatlanib, fanlararo tadqiqotlar olib borila boshlandi. Bunday tadqiqotlarni o‘tkazish uchun ilmiy-tadqiqot faoliyatini olib borish, loyihalash ishlarini bajarish, kompaniyalar uchun ilmiy buyurtmalarni bajarish, konsalting xizmatlari, treninglar o‘tkazish, o‘quv dasturlarini ishlab chiqish va tadqiqotchilar uchun bepul yuridik xizmatlar ko‘rsatish uchun alohida bo‘linma tashkil etilgan. Sanoat bilan ishlashga ixtisoslashgan vakolatli markazlar ham yangi tuzilmalar sifatida ochilib, keyinchalik universitet, sanoat va biznes tomonidan olib boriladigan tadqiqotlarning yangi turini shakllantirdilar. Hamkorlik doirasida, shuningdek, bilimlar sanoatdan maxsus texnik bilimlarga ega bo‘lmagan universitetlarga o‘tkazildi, bunda markaz rahbarlari kerakli xodimlarni jalb qilishlari va talabalar ham tadqiqotlarda ishtirok etishlari mumkin edi. Shunday qilib, Shvesiya tajribasi shuni ko‘rsatadiki, tashkiliy o‘zgarishlarsiz va o‘qituvchilar va menejerlar tomonidan ushbu o‘zgarishlarga bo‘lgan xohishsiz tadbirkorlik universitetini tashkil etish mumkin emas.

Amerikalik olim, Stenford universiteti professori Genri Iskovich tomonidan “Uch qirrali spiral” modelida universitetlar, korxonalar va davlatning o‘zaro

aloqasi zarurligi ham muhokama qilindi. Innovatsion rivojlanishning “Uch qirrali spiral” modeli uchta asosiy tarkibiy qismni o‘z ichiga oladi³⁰:

– ilmiy bilimlarga asoslangan jamiyat sanoat va hukumat bilan hamkorlikda universitetlarning ahamiyati ortib borayotganligi bilan ajralib turadi;

– uchta institut (Universitet, Biznes, Hokimiyat) hamkorlikka intilmoqda, innovatsion tarkibiy qism esa davlat tashabbusi bilan emas, balki bu o‘zaro hamkorlikdan kelib chiqadi;

– an’anaviy funksiyalarga qo‘shimcha ravishda, uchta institutning har biri "qisman ikkinchisining rolini" oladi. Noan’anaviy funksiyalarni bajarishga qodir institutlar innovatsiyalarning eng muhim manbai hisoblanadi.

Quyidagi 1.3.1-jadvalda universitet tushunchalarining qiyosiy tavsifi keltirilgan. Tadbirkorlik universitetiga o‘tish uchun sezilarli o‘zgarishlar zarur bo‘ladi (1.3.1-rasm). Buning uchun avvalo muassasada faol ma’rifiy targ‘ibotlarni amalga oshirish lozim bo‘lib, bu boradagi missiya: innovatsion faoliyat muvaffaqiyati rahbariyat va universitet jamoasining yangi tendensiyalarni anglashi va qabul qilishga tayyorligiga bog‘liq bo‘ladi (1.3.2-rasm).

1.3.1– jadval.

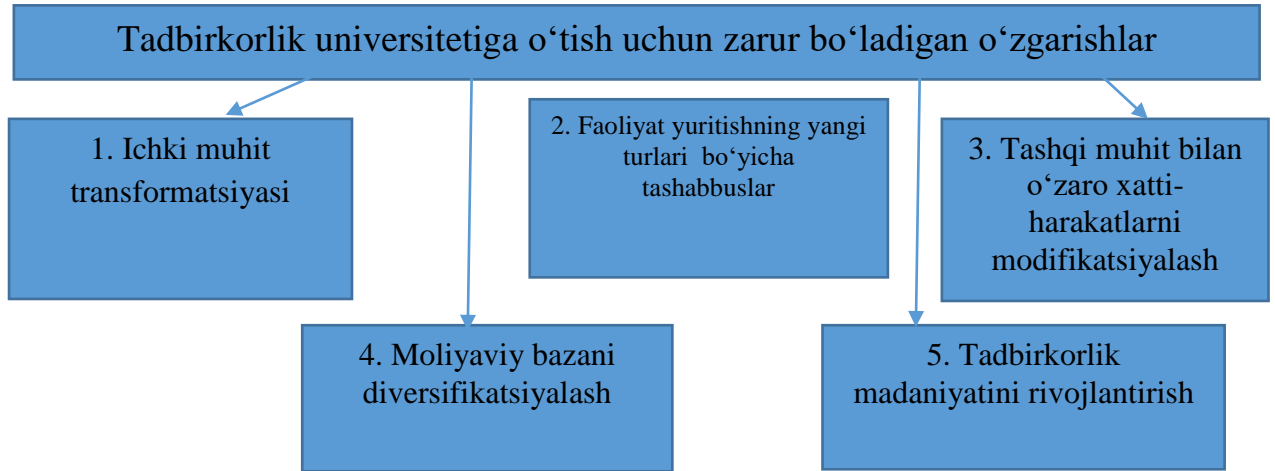
Universitetlar konsepsiyasining qiyosiy tavsifi.

	Universitet 1.0	Universitet 2.0	Universitet 3.0
Boshqa nomlari	O‘rta asr, yevropa	Gumboldt, tadqiqot	Tadbirkorlik
Maqsadi	Ta’lim	Ta’lim, tadqiqot	Ta’lim, tadqiqot, tijoratlashtirish
Tadqiqot usullari	Sxolastik	Monofanlarga yo‘naltirilgan	Multidissiplinar, fanlararo
O‘qitish tili	Latin	Milliy tillar	Ingliz
Bitiruvchilar	Professionallar	Professionallar, tadqiqotchilar	Professionallar, tadqiqotchilar, texnologik tadbirkorlar
Tuzilmaviy birliklar	Mahalliychilik, fakultetlar, kollejlari	Fakultetlar, kafedralar	Institutlar, oliy maktablar
Rahbar	Rektor	Professor	Professional menejerlar
Ta’sir darajasi	Lokal (Mahalliy)	Milliy	Xalqaro
Tartiba solish	Avtonom	Davlat	Avtonom
Ta’lim olish imkoniyati darajasi	Ommaviy	Elitar	Ommaviy va elitar

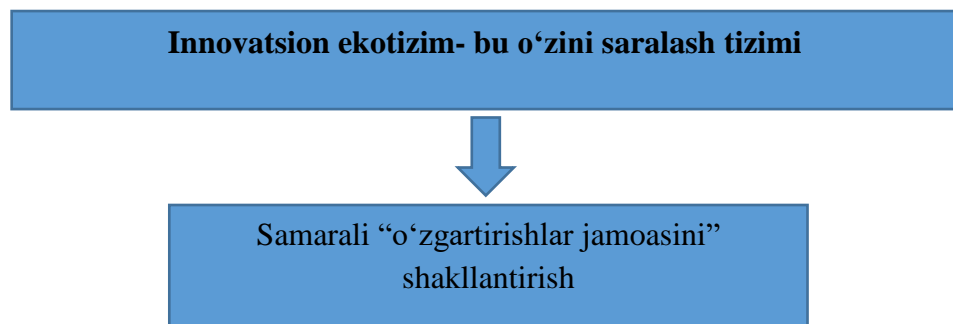
³⁰ Концепция модели «Тройная спираль» // IX International Triple Helix Conference. 2011. URL: <http://www.triplehelixconference.org/th/9/ru/the-triple-helixconcept.html>.

Sxolastika – tajribada sinab ko‘rilmagan, alohida tasavvurlarga asoslangan va hayotdan ajralgan bilim.

Tadbirkorlik universiteti o‘z ichiga 2 ta tashkilotni qamraydi: ilmiy-o‘quv va tadbirkorlik va 2 vazifani hal etadi: birinchisi - bo‘lg‘usi tadbirkorlarni tayyorlash va ikkinchisi o‘zi tadbirkor-innovator sifatida namoyon bo‘ladi.

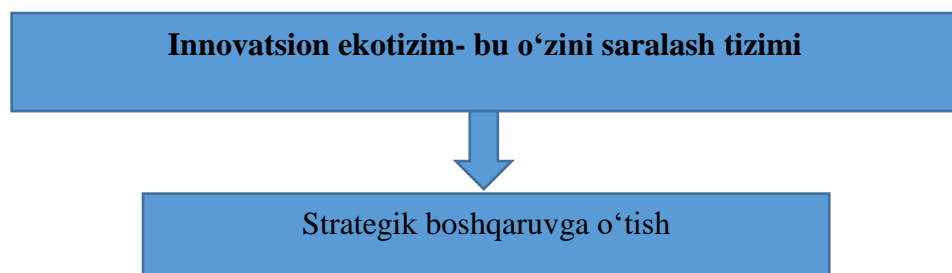


1.3.1-rasm. Tadbirkorlik universitetiga o‘tish uchun zarur bo‘ladigan o‘zgarishlar.



1.3.2-rasm. Samarali “o‘zgartirishlar jamoasini” shakllantirish.

Har qanday tashkilotda xodimlar 2 qismga bo‘lishadi: ijodiy va standartlashgan. Jalb etish tamoyili: ko‘proq darajadagi turli xil pioner loyihalarni yaratish va amalga oshirishga tayyor va unga qodirlardan boshlash. Bunda innovatsiyalarni yetkazib beruvchilarga asosiy e‘tiborni qaratish zarur bo‘lib, ular orqali strategik boshqaruvga o‘tish amalga oshiriladi (1.3.3-rasm).



1.3.3-rasm. Strategik boshqaruvga o‘tish.

Bugungi jahon iqtisodiyotida ro‘y berayotgan keskin raqobatchilik sharoitida universitetning uzoq muddatli faoliyat yuritishini strategik tasavvur etish va

aniqlash va istiqbolli faoliyat turlarini belgilash ham muhim ahamiyat kasb etadi. Tadbirkorlik universitetga yo'naltirilgan missiyalar boshqa missiya turlari bilan ham aniqlanadi.

Shunday qilib, biz universitet 3.0 modeli jamoaviy bo'lib, o'rta asrlar va tadqiqot universitetlarining eng yaxshi tomonlarini o'z ichiga oladi va universitetning asosiy funksiyalariga universitetda bilimlarni tijoratlashtirish va tadbirkorlikni rivojlantirish vazifasini qo'shadi degan xulosaga kelishimiz mumkin.

1.4. Ilmiy-ta'lim sohasida texnologiyalar transferini rivojlantirishning xorijiy tajribasi.

Ilmiy-ta'lim sohasidan biznesga texnologiyalar transferining xorijiy tajribasi tahlilining ko'rsatishicha, ushbu sohada yetakchi bo'lgan mamlakatlar hukumatlari ushbu masalaga katta e'tibor qaratishadi. Bunda AQSh, Finlyandiya kabi mamlakatlarda texnologiyalar transferi ta'lim va ilmiy-tadqiqot faoliyati bilan teng holatda majburiy faoliyatga kiritilgan. Transfer texnologiyalarning bir necha variantlari mavjud bo'lib, ular quyidagicha:

1. Texnologiyalarni faoliyat yuritayotgan kompaniyalarga to'g'ridan-to'g'ri o'tkazish.

2. Ilmiy yoki ta'lim muassasalari qoshida start-up va spin-off-kompaniyalarini yaratish.

3. Ilmiy yoki ta'lim muassasi va biznes orasida vositachi bo'ladigan maxsus tuzilmaga texnologiyani uzatish.

Texnologiyalar transferi fan va ishlab chiqarishning o'zaro aloqasini ta'minlaydi, bunda asosiy o'rinni davlat ilmiy va ta'lim muassasalari tarkibidagi transfer markazlari egallaydi. Turli xil nomlanishlar – texnologiyalar transferi markazlari (ofislar, agentliklar); patentlashtirish va litsenziyalash ofislari (bo'limlar, byurolar) va boshqalarning asosiy funksiyalari inovatsion jarayon ishtirokchilarini “bitta darcha” tamoyili bo'yicha ularning salohiyatini va innovatsion imkoniyatlarini rivojlantirishni amalga oshirish uchun barcha zaruriy shart-sharoitlar bilan ta'minlash hisoblanadi.

Zamonaviy tushunishdagi bunday markazlarning dastlabki qaldirg'ochlari o'tgan asrning 40-50 yillarida Yevropa va AQShda harbiy texnologiyalar asosida ham harbiy soha ham aholi uchun mo'ljallangan keng ko'lamdagi mahsulotni tijoratlashtirishni ta'minlash maqsadida paydo bo'lgan. Yigirmanchi asrning 80-90 yillarida bunday tashkiliy shaklning keng rivojlanishi davlat tomonidan moliyalashtirish hisobiga yaratilgan universitetlarga itshlanmalarni yaratish huquqi berilishi asosida qator qonunlar qabul qilindi. Ulardan dastlabki va bir muncha mashhurlari amerikaning “Universitetlarda va kichik biznesda patentlashtirish

protseduralari to'g'risida (University and Small Business Patent Procedure Act of 1980), Bey-Doula (Bayh-Dole Act of 1980),”gi va «Stivenson-Uaydlarning texnologik innovatsiyalari to'g'risida» (Stevenson – Wydler Technology Innovation Act of 1980)gi qonunlari hisoblanadi.

Ushbu qonunlarning qabul qilinishi va keyingi 1986 yildagi “Texnologiyalarni uzatish to'g'risida (Federal Technology Transfer Act)”gi normativ aktlar-federal qonun, 1988 yildagi “Savdo va hamkorlik to'g'risida”gi, 1989 yildagi “Milliy raqobatbardoshlik to'g'risidagi (Omnibus Trade and Competitiveness Act)gi qonunlar AQShda ilmiy-ta'lim sohasida zamonaviy texnologiyalar transferi infratuzilmasini yaratish borasida yashil chiroq vazifasini o'tadi.

AQShning izidan bu yo'l bo'yicha boshqa sanoati rivojlangan mamlakatlar borishdi. Xususan, Yaponiyada fan va texnologiya haqida 1995 yilda qabul qilingan bazaviy qonun ilmiy muassasalar va sanoat kompaniyalari o'rtasidagi innovatsion ishlanmalar sohasida kooperatsiyalarni mustahkamlashga yo'naltirilgan kompleks chora-tadbirlarni o'z ichiga olgan. 1998 yilda Yaponiyada amerikaning “Universitetlarda va kichik biznesda patentlashtirish protseduralari to'g'risida (Bayh Dole Act)” gi qonunga o'xshagan “Oliy ta'lim muassasalari va sanoat o'rtasida texnologiyalar transferini qo'llab-quvvatlash to'g'risida («Law of Promoting University- Industry Technology Transfer»)”gi qonun qabul qilindi va shunga muvofiq ravishda keyinroq «Sanoatni rag'batlantirishning maxsus chora-tadbirlari to'g'risida» (1999 y.)gi qonun va «sanoat texnik salohiyatni mustahkamlash to'g'risida» (2000 y.)gi qonunga asosan ilmiy-ta'lim sohasida texnologiyalar transferini rivojlantirishga turki beruvchi qator chora-tadbirlar ishlab chiqilgan va amalga oshirilgan³¹.

2004 yilda yapon qonunchiligi barcha milliy universitetlarga texnologiyalar transferi markazi (TTM)ni yaratish bilan bog'liq bo'lgan tashabbuslarda ishtirok etishlari uchun mustaqil yuridik maqomni taqdim etdi³².

Fransiyada texnologiyalar transferini tartibga solish sohasidagi ko'pgina mavjud to'siqlarni “Innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar to'g'risida (Loi no 99-587 du 12 juillet 1999 sur l'innovation et la recherche)”gi qonunning qabul qilinishi natijasida bartaraf etildi. Shuningdek, universitetlar, ilmiy tadqiqot institutlari, davlat tuzilmalari va xususiy kompaniyalar orasidagi kooperatsiya masalalari “Ilmiy tadqiqotlar to'g'risida (Loi de programme du 18 avril 2006 pour la recherche, traduction législative du «Pacte pour la Recherche» entre l'État et les citoyens)”gi dasturiy qonunda, davlat va aholining tadqiqotlarni olib borishidagi

³¹ Глобальная трансформация инновационных систем / Отв. ред. Н.И. Иванова. М.: ИМЭМО РАН, 2010. 163 с.

³² Грибовский А.В. Приоритетные направления государственно-частного партнерства в научнотехнической и инновационной сферах (зарубежный опыт) / А.В. Грибовский, А.Л. Судариков // Наука, Инновации, Образование. 2011. № 10. С. 175-191.

o‘zaro munosabatlarning qonuniy asoslarini belgilovchi universitetlar huquqlari va majburiyatlari to‘g‘risidagi (Loi du 10 août 2007 sur les libertés et responsabilités des universités)³³ qonun bilan tartibga solinadigan bo‘ldi.

Hozirgi davrda aksariyat xorijiy universitetlar tuzilmasida universitet va biznesning o‘zaro xatti-harakatlari mas’uliyatini oluvchi bo‘limlar mavjud. Ularga universitetlar ishlanmalarini tijoratlashtirish borasida yordam ko‘rsatadigan texnologiyalar transferi markazlari, ilg‘or texnologiyalar markazi yoki ilmiy-texnik faoliyat natijalarini tijoratlashtirish markazlari (Shveysariya, Shvesiya, Buyukbritaniya, Germaniya, AQSh, Xitoy, Yaponiya va boshqalar) taalluqli. Xususan, Xitoyda har bir yirik ilmiy-tadqiqot universiteti o‘z tarkibiy tuzilmasida texnologiyalar transferi bilan shug‘ullanadigan va XXR hukumati tomonidan universitetga ajratilgan umumiy mablag‘lar ichida o‘z ulushiga ega bo‘ladigan bo‘lim mavjud.

Universitetlarning texnologiyalar transferi markazlarining bajaradigan funksiyalari hajmi va mazmuni bo‘yicha ikkita asosiy turga bo‘linadi:³⁴

Birinchi turi – “maslahatchi-ma‘mur” yoki “ilmiy do‘kon”. Bunday markaz potensial hamkorlar va ilmiy-tadqiqotlar buyurtmachilarining murojaatlari uchun rasmiy kontakt punktlari funksiyalarini, shuningdek, universitet xodimlariga turli tarzdagi konsultativ va ma‘lumot berish xizmatlarini ko‘rsatishadi. Bularga Germaniyaning Augsburg universitetining texnologiyalar ofisi (Transferstelle der Universität Augsburg) va Niderlandiyaning Twente universitetining ilmiy do‘koni (The Science Shop at the University of Twente)ni misol qilish mumkin.

Texnologiyalar transferiga mos keladigan ko‘pgina ishlar – patenlashtirish, litsenziyalash, ekspertizalash masalalari shunday markazlar orqali outsorsinga beriladi.

Universitet texnologiyalar transferi markazining ikkinchi turi – “tadbirkor”. Birinchidan bunday markazlarning farqi, markaz texnologiyalar transferining barcha bosqichlarida kashfiyotning potensial qiymatini dastlabki baholashdan tortib to sanoat korxonalarini bilan texnologiyani joriy etish va ekspluatatsiyalash bosqichini tashkil etishni muvofiqlashtiruvchi va faol ishtirokchi sifatida namoyon bo‘ladi. Masalan, Germaniyaning Myunsters universitetining texnologiyalar transferi Agentligi (Technologietransfer-Agentur der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster)ning vazifalariga jamoatchilikni ilmiy yutuqlar bilan xabardor qilish, universitetning marketing tadqiqotlarini ishlab chiqish va kelishish, boshqa tashkilotlarning ko‘rgazma va yarmarkalarida o‘zining ishtirokini tashkil etish, hamkorlik aloqalarini rivojlantirish, olimlarning sanoat vakillari bilan aloqalarini

³³ Судариков А.Л. Государственно-частные партнерства в сфере науки, технологий и инноваций: зарубежный опыт / А.Л. Судариков, А.В. Грибовский // Инновации. 2012. № 7. С. 47-59.

³⁴ Лебедева С.В. Управление коммерциализацией научных исследований.

tashkil etish, transfer loyihalarini boshqarish va dizayn, reklama va informatsion qo‘llab-quvvatlash, patenlashtirish faoliyatiga rahbarlik qilish, startaplarni rag‘batlantirish va qo‘llab-quvvatlash va shu kabilar kiradi.

Oregon Shtatining davlat universitetining korporativ rivojlantirish va tijoratlashtirish ofisi (Office for Commercialization and Corporate Development of the Oregon State University) o‘zining venchur fondiga ega bo‘lib, keng xizmat turlarini, shuningdek, kashfiyotlarni baholash, patentlarni himoyalash, marketing va PR, litsenziyalash, prototiplar yaratish borasida yordam ko‘rsatish va h.k.larni taqdim etadi. Texnologiyalar transferini ta‘minlovchi tuzilmalar o‘z ichiga bir qator elementlarni oladi.

Masalan, Germaniyaning Saarland universitetida (Universität des Saarlandes) bunday elementlar to‘rtta bo‘lib, ular quyidagicha:

1. Texnologiyalar transferi byurosi, shtat bo‘linmasi.
2. U bilan affilirlangan kompaniya “Ilmiy-texnologik transfer”.
3. Patent agentligi.
4. “Biznesni yuritish maydoni-biznes inkubatorlar”.

Qator mamlakatlarda universitetlar va ilmiy muassasalar tomonidan tashkil etiladigan texnologiyalar transferi bo‘yicha tuzilmalarda yangi texnologik ishlanmalarda sotuvchilar va xaridorlar o‘rtasida vositachi sifatida faoliyat yuritadigan maxsus kompaniyalar yaratiladi. Ularning ta‘sischilari sifatida ham hukumat organlari boshqaruvi (mintaqaviy va mahalliy) ham xususiy kompaniyalar namoyon bo‘ladi.

Buyukbritaniyada bunday turdagi yirik tuzilmalar bo‘lib “Britaniya texnologik guruhi” (British Technology Groupe – BTG) va Faradey (Faraday Community) hamjamiyati bo‘lib, ularning asosiy faoliyat sohasi universitetlardan, politexnikumlardan va turli xil davlat sohasidagi tadqiqot muassasalaridan litsenziyalarni sotish asosida sanoatga yangi istiqbolli g‘oyalarni kiritishda qatnashishdan iborat. Fransiyada davlat tadqiqot laboratoriyalari va yuqori texnologik korxonalar o‘rtasidagi hamkorlikni mustahkamlash uchun texnologik tadqiqotlarning Milliy markazlari (Centres nationaux de recherche technologique – CNRT), innovatsion tadqiqotlar va texnologiyalar transferining mintaqaviy markazlari (Centres régionaux pour l’innovation et le transfert de technologie – CRITT), shuningdek, texnologik tadqiqotlar guruhlarini (Equipes de recherche technologique- ERT) yaratiladi.³⁵

Germaniyada laboratoriyalar va kompaniyalar o‘rtasidagi texnologik vositachilar funksiyasini sanoatdagi qo‘shma tadqiqot uyushmalari va turli ilmiy

³⁵ Грибовский А.В. Приоритетные направления государственно-частного партнерства в научнотехнической и инновационной сферах (зарубежный опыт) / А.В. Грибовский, А.Л. Судариков // Наука, Инновации, Образование. 2011. № 10. С. 175-191.

jamiyatlar bajarishadi. Ushbu jarayonda yetakchi rolni amaliy masalalarni yechish bilan shug'ullanuvchi o'ziga 45 ta tadqiqot institutlarini birlashtiruvchi Fraunhofer (Fraunhofer-Gesellschaft - FhG) jamiyati o'ynaydi. Laboratoriyalar va kompaniyalar o'rtasidagi texnologik vositachilar funksiyalarini shuningdek, 190 tadan ortiq transfer agentliklarda, Milliy tadqiqot markazi huzuridagi texnologik transfer ofisida, Maks Planka jamiyatida (MaxPlanck-Innovation GmbH Garching Innovation GmbH), sanoatdagi boshqa ilmiy jamiyatlar va qo'shma tadqiqot assotsiatsiyalarida bajarishadi. Yaponiyada hukumat universitet kashfiyotchilarining tadqiqotlar natijalarini boshqarish, tijoratlashtirish va ishlab chiqish, universitetlar, tadqiqot tashkilotlari hamda sanoat o'rtasidagi o'zaro xatti-harakatlarni shakllantirish bo'yicha xizmatlarni amalga oshiruvchi 27 ta texnologiyalar transferi markazlarini moliyalashtiradi.³⁶ Oxirgi o'n yillikda butun dunyoda ko'pincha texnologiyalar transferi ofisi (TTO) deb nomlanadigan investitsion-tadqiqot firmalarining kengayishi ro'y bermoqda. Bunday tuzilmalar o'zida amaliy tadqiqotlarni olib borishni va raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarishni boshqarishni tashkil etishni birlashtiradi.

Innovatsion iqtisodiyot uchun texnologiyalar transferining muhimligini e'tiborga olgan holda sanoati rivojlangan mamlakatlar hukumatlari uni qo'llab-quvvatlash bo'yicha qator kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirishadi. Birinchi navbatda texnologiyalar transferini qo'llab-quvvatlash qonunchilik aktlarini qabul qilish yo'li bilan amalga oshiriladi. Bundan tashqari mazkur sohadagi huquqiy munosabatlarni tartibga solish va texnologiyalarni universitetlardan iqtisodiyotning real sektori korxonalariga o'tkazish hamda qo'shma tadqiqotlarni amalga oshirishni rag'batlantirishga qaratilgan ishlar olib boriladi. Shuningdek, rivojlangan mamlakatlarda bozor mexanizmlarining kamchiliklarini bartaraf etish maqsadida innovatsion faoliyatni tartibga solish borasida texnologiyalar transferi markazlarini davlat tomonidan bevosita qo'llab-quvvatlash sxemalari ham amalga oshiriladi.

Texnologiyalar transferi markazlarini davlat ikkita yo'l bilan qo'llab-quvvatlaydi: mustaqil tashkilotlarga boshlang'ich kapitalni taqdim etish, shuningdek, tashkilot ichida tuzilgan texnologiyalar transferi bo'yicha tarkibiy bo'linmalarni to'g'ridan-to'g'ri moliyaviy qo'llab-quvvatlash yo'li orqali.

Masalan, AQShda texnologiyalar transferi markazlarining (TTM) paydo bo'lish bosqichida (odatda 5 yildan to 10 yilgacha) milliy laboratoriyalar va universitetlar ularni o'z ichki resurslari hisobiga to'g'ridan-to'g'ri moliyalashtirish orqali sezilarli darajada moliyaviy jihatdan qo'llab-quvvatlashadi. Natijada TTM

³⁶ Грибовский А.В. Приоритетные направления государственно-частного партнерства в научнотехнической и инновационной сферах (зарубежный опыт) / А.В. Грибовский, А.Л. Судариков // Наука, инновации, образование. 2011. № 10. С. 175-191.

tadqiqotlar va ishlanmalar natijalarini tijoratlashirishdan daromad olib boshlashlari bilan ularning faoliyatlarini subsidiyalash summasi kamayib boradi va yakuniy natijada to'xtatiladi. Germaniyada TTM faoliyati federal hukumat subsidiyalari va shartnomaviy tadqiqotlarni bajarish hisobiga moliyalashtiriladi. Mahalliy hokimiyat organlari avvalo, yerlar hukumatlari ham innovatsion markazlar va ilmiy parklar yaratishga katta hissa qo'shishadi. Yaponiyada TTMni yaratish ma'qullanganidan keyin hukumat tomonidan 5 yil muddatga yiliga taxminan 300 ming AQSh dollari ekvivalentiga teng bo'lgan hajmda ekspluatatsion xarajatlarning uchdan ikki qismi uchun moliyaviy mablag'lar ajratiladi.³⁷

Shvesiyada texnologiyalar transferini qo'llab-quvvatlash innovatsion tizimlar (SAIS) uchun Shved agentligi, ilmiy tadqiqotlarga ko'maklashish Milliy agentligi (ANVAR), transfer texnologiyalar Fondi (Teknikbrostiftelser) tomonidan amalga oshiriladi.

Buyukbritaniya hukumati universitetlardagi texnologiyalar transferini qo'llab-quvvatlashni boshlang'ich bosqichida turgan loyihalarni va texnologiyalar transferi infratuzilmasini yaxshilashga yo'naltirilgan loyihalar (Biznes va hamjamiyat uchun oliy ta'lim)ni moliyalashtirish orqali amalga oshiradi.

Ilmiy-ta'lim sektoridan biznesga texnologiyalar transferini qo'llab-quvvatlash jarayonida (Shvesariya, Shvesiya, AQSh, Yaponiya, Xitoy va boshq.) texnoparklar, texnopolislar, ilmiy parklar, biznes-klasterlar va turli shakldagi biznes-hamkorlar (Buyukbritaniya, AQSh va boshq.) muhim rol o'ynashadi. Bunday tashkilotlar ilmiy va akademik hamjamiyatlardan (OTMlar, ilmiy tadqiqot institutlari va laboratoriyalar), tijorat sanoat kompaniyalaridan va qo'shma tadqiqotlar olib borish bilan shug'ullanuvchi vakillardan iborat bo'ladi. Bunda agarda AQSh, Buyukbritaniya, Fransiya, Italiya, Niderlandiya kabi mamlakatlarda hukumat organlari ilmiy va tadqiqot muassasalaridan ular tomonidan oldin yaratilgan texnologiyalarni («technologydriven innovation») transferlash bo'yicha maxsus tuzilmalarni yaratishni talab etishsa, Germaniya, Shvesariya va Finlyandiyada ilmiy-texnik ayriboshlashni rivojlantirishda asosiy urg'u qo'shma tadqiqotlarni olib borishga va iste'molchilar talablariga («market-driven innovation») mos keluvchi texnologiyalarni takomillashtirishga qaratiladi.³⁸

³⁷ Теребова С.В. Принципы и практика функционирования зарубежных центров трансфера технологий

/ С.В. Теребова, Л.А. Волкова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2011. № 1 (13). С. 101-107.

³⁸ European Commission Lessons from a Decade of Innovation Policy [Электронный ресурс] Final Report European Union, 2013. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/geninfo/query/resultaction.jsp?SMODE=two&ResultCount=10&Collection=EuropaFull&Collection=EuropaSL&Collection=EuropaPR&ResultMaxDocs=200&qtype=simple&DefaultLG=en&ResultTemplate=%2Fresult_fr.jsp&page=1&QueryText=lessons&y=0&x=0#queryText=lessons+from+a+decade&queryType=containing_the_exact_phrase&tab=europa&summary=sum mary.

Texnologiyalar transferi jarayonlarini optimallashtirish uchun qator mamlakatlarda texnologiyalar rivojlanishi va ularni amalga oshirishning ustuvor yoʻnalishlarini tanlashga javob beradigan maxsus organlar tuziladi.

Masalan, AQShda ushbu funksiyalarni ilmiy-texnik siyosatni amalga oshirish boshqarmasi va milliy xavfsizlik kengashi, kongress komissiyasi va qoʻmitalari, vazirliklar va mustaqil agentliklar bajarishadi. Yaponiyada – milliy ilmiy-texnik siyosatni ishlab chiqishga masʼul boʻlgan vazirlar kengashi Boshqarmasi (Cabinet office); Buyukbritaniyada – harbiy muassasalar, maʼnaviyat va fan Vazirligi, sanoat Vazirligi (ushbu organlarning barchalari huzurlarida ilmiy kengashlar faoliyat yuritishadi) shuningdek, muassasalararo organlar – Bosh tadqiqotchi Qoʻmitasi, amaliy tadqiqotlar va ishlanmalar boʻyicha Muhokamali kengash; Fransiyada – Tadqiqotlar va sanoat Vazirligi; GFRda esa Ilmiy tadqiqotlar va texnologiyalar Vazirligi³⁹.

Agarda 1970-1980 yillarda fan-taʼlim sohasidagi texnologiyalar transferini ragʻbatlantirishda davlat siyosatidagi ustuvorlik butun innovatsiyalarning hayotiylik davrini (gʻoyalarning paydo boʻlishidan tortib to ularni ishlab chiqarishga joriy etishgacha) kompleks qoʻllab-quvvatlashga qaratilgan boʻlsa, 1990 yillarning oʻrtalaridan boshlab asosiy eʼtibor faoliyati innovatsion start-up kompaniyalari tomonidan yaratiladigan va boshqariladigan tijoratlashtirish va texnologiyalarni uzatishni taʼminlashga yoʻnaltirilgan texnologiyalar transferi bilan shugʻullanuvchi tuzilmalar faoliyatini muvofiqlashtirishga va infratuzilmaviy tashkilotlarning kasbiy birlashmalarini yaratishga qaratildi.

Texnologiyalar transferi markazlarining ham avtonom ham universitetlar, laboratoriyalar, texnoparklar va texnopolislar bazasida yaratilgan mintaqaviy, milliy va davlatlararo texnologiyalar transferi tarmogʻi, innovatsion biznesni qoʻllab-quvvatlash jarayonlarining zamonaviy tendensiyalari hisoblanadi. Bunday tarmoqlar oʻzida sanoatning raqobatbadoshligini oshirish uchun ilmiy-tadqiqot faoliyati va texnologiyalar transferini ham davlat (yoki nodavlat tashkilotlari) ham ularning ishtirokchilari natijalaridan foydalanish maqsadida tuzilgan turli tashkilotlar va institutlarni, ilmiy tadqiqot tashkilotlarini, universitetlarni, kasbiy institutlarni, savdo uyushmalari va firmalarni qamrab oladi.

Bunday tarmoqlarning dastlabkilaridan biri AQShda 1986 yilda “Texnologiyalarni uzatish toʻgʻrisida”gi qonunga muvofiq tuzilgan Milliy texnologiyalar transferi tarmogʻi hisoblanib ushbu markaz oʻzida texnologiyalari uzatishning Milliy markazi (NTTC) bosh ofisidan va mamlakatning oltita turli hududlarida joylashgan texnologiyalarni uzatishning mintaqaviy Markazlari (RTTCs)ni tashkil etadi. Bugungi kunda AQShda texnologiyalar transferining

³⁹ Марголина Н.В. Управление формированием организационной системы трансфера технологий: автореф. дис. канд. экон. наук. М., 2007. 31 с.

kenaytirilgan institutsional tarmog‘i, universitet texnologik menejerlari Assotsiatsiyasi (Association of University Technology Managers - AUTM), universitet kompaniyalari Assotsiatsiyasi (University Companies Association - UNICO) va universitetlar, ilmiy va sanoat aloqalari bo‘yicha Assotsiatsiya (Association for University Research Industry Links - AURIL) mavjud⁴⁰.

Texnologiyalar transferi jarayonini harakatga keltirish uchun tarmoqli o‘zaro xatti-harakatlar konsepsiyasi boshqa mamlakatlarda xususan Yevropada ham qo‘llab-quvvatlanib 1990 yillarning o‘rtalaridan boshlab Yevropa innovatsion siyosatining asosiy dastaklaridan biri sifatida tan olingan⁴¹. Masalan, Fransiyada innovatsiyalarni va texnologiyalarni uzatishning maxsus mintaqaviy tarmoq markazi (Centres Regionaux d’Innovations et de Transfert de Technologies – CRITT), mintaqaviy darajada ushbu jarayonning barcha ishtirokchilarining hamkorlikdagi ishini tashkil etuvchi tarmoq yaratilgan bo‘lsa, Finlyandiya innovatsiyalarni siljitish bo‘yicha Fin milliy tarmoq Markazlari (IRC Finland) mavjud⁴². Shveysariyada milliy ilmiy-tadqiqot muassasalari va xususiy sektor o‘rtasidagi ilmiy va texnologik axborotlarning almashinuvi texnologiyalar transferi assotsiatsiyasi «swiTT» amalga oshiradi⁴³. Buyukbritaniyada The Orchard Network, The Business Across Borders Partnership Network, DTI Global Watch Service; Knowledge Transfer Networks kabi texnologiyalar transferi tarmog‘ faoliyat yuritadi. Bunda texnologiyalarni transferlashni ta‘minlash borasidagi muhim rolni Birlashgan Qirollikning Ilmiy parklari Uyushmasi o‘ynadi.

Texnologiyalar transferi tarmog‘i xalqaro ilmiy-texnik hamkorlikni tashkil etish borasida ham muhim dastaklardan biri aylanib bormoqda, sababi potensial hamkorlar orasida texnologiyalarni o‘tkazish uchun kommunikatsiyalarni o‘rnatish talab etiladi. Xususan 1985 yilda Yevropa Ittifoqi darajasida Yevropa Ittifoqi innovatsion siyosatining asosi hisoblanuvchi “Xalqaro infratuzilmalarni va texnologiyalarni o‘tkazishni rivojlantirish rejasi” (Roadmap international infrastructure innovation and technology transfer to the EU, 1985) qabul qilindi.

Hozirgi davrda xalqaro transfer tarmoqlari butun dunyo bo‘yicha tarqalgan

⁴⁰ Подходы к оценке эффективности трансфера технологий. Информационно – аналитические материалы / Сост. Бедный А.Б. Н. Новгород: Изд-во НГТУ. 2011. 96 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.innoforum.unn.ru/>

⁴¹ Лукша О.П. Российская сеть трансфера технологий, как составная часть национальной инновационной системы: методология, практика, перспективы / О.П. Лушников, А.Э. Яновский, Г.Б. Пильнов, Ю.Б. Алферов // Инновации. 2009. №10. С. 18-32. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-set-transferatehnologiy-kak-sostavnaya-chast-natsionalnoy-innovatsionnoy-sistemy-metodologiya-praktika-perspektivy> (дата обращения: 13.05.2016).

⁴² Грибовский А.В. Приоритетные направления государственно-частного партнерства в научнотехнической и инновационной сферах (зарубежный опыт) / А.В. Грибовский, А.Л. Судариков // Наука, Инновации, Образование. 2011. № 10. С. 175-191.

⁴³ Ильин П.В. Зарубежный опыт трансфера технологий – в российскую практику // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2013. №1 (25). [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/n/zarubezhnyy-opyt-transferatehnologiy-v-rossiyskuyu-praktiku> (дата обращения: 17.06.2016).

bo'lib ular yirik kompaniyalar tomonidan qo'llab-quvvatlanadi va jahonning innovatsion markazlarini global darajada birlashtirishga yo'naltirilgan. Bunga misol bo'lib bugungi kunda o'zida jahonning 50 ta mamlakatlaridan 600 ta tashkilotlarni, 250 atrofidagi konsorsiumlarni, 28 ta mamlakatdan Ilmiy va Innovatsion tarmoqlarni (Science and Innovation Network), innovatsiyalar va sanoat axborotlari, texnologiyalar transferi Yevropa assotsiatsiyasi (The European Association for the Transfer of Technologies, Innovation and Industrial Information)ni va boshqalarni birlashtiruvchi tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlashning Yevropa tarmog'i (Enterprise Europe Network – EEN) keltirilishi mumkin⁴⁴.

Shuningdek, texnologiyalar milliy transferi tarmog'ining baynalminallashuv tendensiyalari kuzatilmoqda. Masalan, Singapurda dastlab sakkizta mahalliy universitetlarni birlashtiruvchi texnologiyalar transferi sohasida tashkil etilgan ofislar tarmog'i (Technology Transfer Network - TTN) boshqa osiyo davlatlaridan tashqari AQSh, Kanada, Yevropa va Yangi Zelandiya mamlakatlari a'zolaridan iborat bo'lgan tashkilotni misol qilish mumkin.

Yuqoridagilardan kelib chiqib yakuniy xulosa chiqaradigan bo'lsak, rivojlangan mamlakatlar amaliyotida texnologiyalar transferi rivojlanishining quyidagi zamonaviy tendensiyalarini ajratib ko'rsatish mumkin:

1. Texnologiyalar transferi mustaqil kasbiy soha sifatida o'ziga nafaqat intellektual mulkni, balki risklarni va investitsiyalarni, bozorni tadqiq etishni, reklamani va boshqalarni qamrab oluvchi tizim sifatida ajralib chiqdi va rivojlanish bosqichini amalga oshirmoqda.

2. Sanoati rivojlangan mamlakatlarda (Germaniya, Buyukbritaniya, AQSh, Yaponiya va boshq.) davlatning qo'llab-quvvatlashi bilan texnologiyalar transferi Tizimi (TTT) tomonidan tartibga solinadigan va yo'naltiriladigan yangi bozor sektori yaratilmoqda.

3. Texnologiyalar transferi bo'yicha xatti-harakatlarni jadallashtirishni talab etuvchi hukumat organlari tomonidan ilmiy va tadqiqot tashkilotlariga bosimlar kuchaymoqda.

4. Texnologiyalar transferi markazlarining bazasida yaratilgan ham avtonom, ham ilmiy va ta'lim muassasalari, texnoparklar va texnopolislar, mintaqaviy va milliy tarmoqlar birlashishi ro'y bermoqda.

5. Texnologiyalar transferining milliy tarmoqlarining baynalminallashuvi kuzatilmoqda va millatlararo transfer tarmoqlar shakllanmoqda.

Umumiy tarzda xulosa qiliadigan bo'lsak, tTexnologiyalar transferining zamonaviy xorijiy tajribasini o'rganish va moslashish zaruriyati mamlakat ilmiy-

⁴⁴ Образована в 2008 г. в результате интеграции ранее существовавших сетей Евро-Инфо Центров (ЕИЦ) и инновационных релей центров (центров трансфера технологий – IRC).

texnik kompleksi rivojlanishining eng muhim vazifalaridan biri hisoblanadi. Ma'lumki, so'ngi yillarda O'zbekistonda ham bu boradagi ishlarni jadallashtirishga qaratilgan qator ijobiy ishlar amalga oshirilmogda. Yangi ishlab chiqarish texnologiyalarini kengaytirish uchun rivojlangan mamlakatlar amaliyotidagi ilg'or tajribalardan kelib chiqib ularni qiyosiy va tahliliy o'rganish asosida davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan va yo'naltiriladigan texnologiyalar transferi tizimini (TTT) tartibga soluvchi yangi bozor sektorini yaratish zarur.

Nazorat savollari:

1. O'zbekiston Respublikasining "Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida"gi O'RQ-576-sonli Qonuni qachon qabul qilingan va uning asosiy maqsadi aytib bering.

2. O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 24 iyulda «Innovatsion faoliyat to'g'risida» gi O'RQ-630-sonli Qonuni qachon qabul qilingan va uning asosiy maqsadi aytib bering.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5847-sonli Farmoni qachon qabul qilindi va unda belgilangan vazifalardan nimalardan iborat?

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida" gi PF-6097-sonli Farmoni qachon qabul qilingan va uning asosiy maqsadi aytib bering.

5. Universitet 1.0, universitet 2.0 va universitet 3.0 modellarining faqli jihatlarini sanab o'ting.

6. Universitet 3.0 konsepsiyasining asosiy jihatlarini nimalardan iborat?

6. Tijoratlashtirish nima?

7. Tadbirkorlik universiteti deganda nimani tushunasiz?

8. Yangi avlod universitetlarining o'ziga xos jihatlarini sanab o'ting.

9. Akademik tadbirkorlik deganda nimani tushunasiz?

10. O'zbekistonda universitet 3.0 konsepsiyasini joriy etishdagi muammolar va ularni hal etish yo'llarini sanab o'ting.

Foydalanilgan adabiyotlar

Normativ-huquqiy hujjatlar.

1. O‘zbekiston Respublikasining 2019 yil 29 oktabr “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to‘g‘risida”gi O‘RQ-576-sonli Qonuni
2. O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 24 iyulda «Innovatsion faoliyat to‘g‘risida» gi O‘RQ-630-sonli Qonuni.
3. O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentabrda qabul qilingan “Ta’lim to‘g‘risida”gi O‘RQ-637-sonli Qonuni.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevral “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi 4947-sonli Farmoni.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 20 aprel "Oliy ta’lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-2909-sonli Qarori.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentabr “2019-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5544-sonli Farmoni.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 27 avgust “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to‘g‘risida”gi PF-5789-sonli Farmoni.
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni,
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni.
10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 oktabrda “Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida” gi PF-6097-sonli Farmoni.
11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2020 yil 25 yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni.
13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2020 yil 25 yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

Maxsus adabiyotlar:

1. Бадеева, Е.А. (2012), Университетское планирование в рамках протсессного подхода: монография, Москва: Издательский дом Академии Естествознания. [хтп://эсоном.кхсу.ру](http://эсоном.кхсу.ру) [Доступ 24 марта 2010 г.]
2. Балмасова Т.А. «Третья миссия университета» –новый вектор развития? // Высшее образование в России. – 2016. – № 8-9. – С. 48-55.
3. Ватагина М.В. Стратегические направления в развитии маркетинговой деятельности вузов// Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России№2(42)2009. С.113-116.
4. Веретенникова, О. Б., Дрантусова, Н. В., Клюев, А. К., Кортков, С. В., Майданик, В. И., Малышева, Л. А., Попова, Л. Н. (2008), Разработка стратегии образовательного учреждения: методические рекомендации, Екатеринбург: Университетское управление: практика и анализ.
5. Виссема Ёхан Г. Университет третьего поколения: управление университетом в переходный период. – М.: Сбербанк, 2016. – 422 с.
6. Волкова Н. С. Анализ системы дополнительного профессионального образования России и его рол в современных условиях // Молодой ученый. — 2012. — №5. — С. 412-415. — УРЛ [хтпс://moluch.ru/архиве/40/4761/](http://moluch.ru/архиве/40/4761/) (дата обращения: 28.08.2019).
7. Гафуров И.Р., Василев В.Л., Кашбиева Р.Р. Инновационные кластеры и сотсиально-экономическое развитие регионов: анализ методических подходов. – М.: «Анкил», 2012. – 292 с.
8. Головкин Н.В., Зиневич О.В., Рузакина Е.А. Университет третьего поколения: Б. Кларк и Й. Уисема // Высшее образование в России. – 2016. – № 9. – С. 40-47.
9. Исправление расширением. Гуманитарному образованию вернули право на развитие // Поиск. – 2017. – № 5(1443). – С. 8.
10. Каким должен быть университет будущего? – УРЛ: [хтп://индикатор.ливежоурнал.com/24905.хтмл](http://индикатор.ливежоурнал.com/24905.хтмл). Движение имиджей. Российские вузы крепнут в борьбе // Поиск. – 2016. – № 25(1411). – С. 6.
11. Каргин Д.Б. Предпринимательское образование, предпринимательский университет, коммерциализация технологий. Астана, 2016: [хтп://www.эну.кз/](http://www.эну.кз/) [download/ материалс/ Каргин. Предпринимательское образование.pdf](#).
12. Касаткина Е. А. Градобоев В. В. Место бенчмаркинга в международной конкурентной среде // Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». — 2012. — № 6–1
13. Клаус Шваб «Четвертая промышленная революция»: Э. Москва. 2016. 48 с.

14. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. – 2007. – № 1. – С. 49-62.
15. Красинская Л.Ф. Модернизация, оптимизация, бюрократизация...Что ожидает высшую школу завтра? // Высшее образование в России. – 2016. – № 3. – С. 73-82.
16. Ксендзова Г. Ф. Тенденции развития маркетингового управления на рынке образовательных услуг // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – № 3. – С. 118–121.
17. Луман Н. Введение в системную теорию. – М.: Изд-во «Логос», 2007. – 360 с.
18. Хагуров Т.А. Выше образование: между служением и услугой // Высшее образование в России. – 2011. – № 4. – С. 47-57.
19. Лагутина Е. Е., Леонгардт В. А., Шапошников В. А. Профессиональное образование по специальности «маркетинг» как товар в системе маркетинга // Вестник ЮУрГУ. – 2010. – № 7. – С. 98–101.
20. Мамонтов, С.А. (2001), Сфера образования как многоуровневая маркетинговая система, Москва: Финпресс.
21. Мягков Г.П., Бухараев В.М. Трансформация классического университета в условиях «текущей современности» // Классический университет: история и современность: материалы Всеросс. С 22. международным участием научно-практической конференции, посвященной 85-летию Удмуртского гос. ун-та; Ижевск, 3-4 февраля 2016 г. /отв. ред. и сост. В.В. Пузанов, Д.В. Репников. – Ижевск: Издат. центр «Удмуртский университет», 2016. – С. 56-61.
23. Николаева Е.М., Щелкунов М.Д., Ившина О.Я.
24. Феноменология потребительства. Личностное и институциональное измерения. – Казан: Изд-во Казанский ун-т, 2014. – 160 с.
25. Самойленко К.А. Перспективы развития инновационно-предпринимательских университетов: [хттп://ip.znau.edu.ua/bitstream/123456789/1983/1/Наук_чут_2014_3_177182.pdf](http://ip.znau.edu.ua/bitstream/123456789/1983/1/Наук_чут_2014_3_177182.pdf).
26. Тазарбеков К.А. К разработке « Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет». Тезисы.- алматы: Университет «Туран», 2016. -36 с.
27. Паспорт приоритетного проекта «Вузы как
28. центры пространства создания инноваций». – УРЛ: [хттп://government.ru/медиа/флес/](http://government.ru/медиа/флес/)
ОнТУмегФЛНж5Уктас57йWG1ЕтМГ9АБе.пдф

29. Шуклина З. Н., Эшонов Р. Р., Хаданович Н. В. Выбор инструментов и стратегий бенчмаркинга в рискованной конкурентной среде // Молодой ученый. — 2017. — №12. — С. 387-392. — УРЛ

30. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М. Образование в ХХИ веке: перед лицом новых вызовов. – Казан: Казан. гос. ун-т, 2010. – 156 с.

31. Эфендиев, А.Г., Кратко И.Г., Латышова Л.С. (2004), Маркетинговая активность вуза на рынке образовательных услуг и рынке труда, Москва: АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования», ИД «Экономическая газета».

32. Хершген ГД. Маркетинг: Учебник для вузов. М.: ИНФРА-М, 2000. 354 с.

33. Хруский В.Е. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2003.

34. Черчилл Г.А. Маркетинговые исследования: Маркетинг для профессионалов. СПб. Питер, 2000.

35. Шадриков В., Геворкян Е. О процедуре комплексной оценки вуза // Высшее образование в России. 2001. № 1.

36. Шульц Д.Е., Танненбаум С.С., Лаутерборн Р.Ф. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации: Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2004.

37. Щелкунов М.Д. Университеты перед лицом глобальных вызовов: российский путь // Поиск. Альтернативы. Выбор. – 2016. – № 3. – С. 48-59.

38. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Фурсова В.В. На пути к международному признанию: Казанский федеральный университет как субъект глобального пространства высшего образования. – Казан: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 140 с.

39. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. М.: Сирин, 2004.

40. Энджел Д., Миннард П.У. Поведение потребителей. СПб. Питер Ком, 2000.

41. Эриашвили Н.Д. Маркетинг: Учебник. М.: ЮНИТИ, 2003.

42. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации: современная креативная реклама. М.: Фаир-Пресс. 2003.

Internet saytlar:

1. <http://edu.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi.

2. <http://lex.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.

3. <http://bimm.uz> – Oliy ta’lim tizimi pedagog va rahbar kadrlarini qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni tashkil etish bosh ilmiy-metodik markazi.

4. <http://ziyonet.uz> – Ta’lim portali Ziyonet.

5. <http://natlib.uz> – Alisher Navoiy nomidagi O‘zbekiston Milliy kutubxonasi

6. <http://tmetod.uz> – TDPU huzuridagi pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish tarmoq markazi.

2-MAVZU: UNIVERSITET 3.0 MODELIDA BILIMLARNI TARQATISH, GENERATSIYALASH VA TIJORATLASHTIRISH UCHUN AXBOROT TIZIMLARINI LOYIHALASHTIRISH ASOSLARI

Reja:

2.1 Texnologiyalarni tijoratlashtirish modellari.

2.2 Transfer texnologiyalar: transfer markazlari va texnologiyalarni tijoratlashtirishni informatsion qo'llab-quvvatlash.

2.3 Universitet 3.0 modelida bilimlarni tarqatish, generatsiyalash va tijoratlashtirish uchun axborot tizimlarini loyihalashtirish.

Tayanch tushunchalar: texnologiyalarni tijoratlashtirish, transfer, universitet, universitet konsepsiyasi, korporatsiya, tadbirkorlik universitetlari, universitet-3.0, texnologiyalar transferi, xorijiy tajriba, fan, ishlab chiqarish, tijoratlashtirish, intellektual faoliyat natijasi.

2.1 Texnologiyalarni tijoratlashtirish modellari.

Birinchi mavzusi universitet 3.0 ning asosiy xususiyati va yangi funksiyasi o'laroq universitet sharoitida ishlab chiqarilgan texnologiyalar va bilimlarni tijoratlashtirish va uzatish ekanligi aniqlandi.

Jamiyat kelajagi - bu bilimlar va innovatsiyalar jamiyati. Zamonaviy universitetning bosh funksiyasi – innovatorlarni tayyorlash. Tadbirkorlikning muhim shakli – fan, ta'lim va madaniyat integratsiyasi asosidagi bilimga asoslangan tadbirkorlik hisoblanadi. Shu bois bugungi kunda intellektual tadbirkor konsepsiyasi yaratilmoqda.

Yuqori sifatli ta'lim xizmatlariga zamonaviy sharoitda faqatgina professor-o'qituvchilarning nafaqat ta'lim jarayonidagi balki ilmiy, maslahat va innovatsion faoliyatdagi faol ishtiroklari hisobiga erishiladi. Bizda fanning fundamental va amaliy tadqiqotlarga bo'linishi tushunchasi ildiz otgan holda "sof fan" ning tadbirkorlik faoliyati imkoniyatlari deyarli mavjud bo'lmagan.

Tadbirkorlik universiteti avvalo, amaliy tadqiqotlarga va innovatsiyalarni yaratishga yo'naltirilganligi sababli unda faoliyat yurituvchi professor-o'qituvchilardan nazariy masalalar doirasidan chiqish va muvaffaqiyatli korporatsiyalar va mamlakatlarning real strategiyalarini va amaliyotini o'rganishlari talab etiladi. Bozor iqtisodiyoti rivojlanishida ilmiy faoliyatning innovatsion salohiyati ustuvor ehtiyojlardan hisoblanadi. Tadbirkorlik universiteti shunisi bilan farqlanadiki, g'oyalar va tadqiqot natijalari mahsulotlarda va xizmatlarda o'z aksini topadi. Tadbirkorlik universitetidagi ilmiy tadqiqot yo'nalishlari o'z navbatida ikkita, ya'ni muhandislik-texnik va ijtimoiy-gumanitarga bo'lish mumkin.

Asosiysi bunday universitetlarda o'qituvchilar va talabalar uchun yaratuvchan innovatsion-tadbirkorlik atmosferasini paydo qilish lozim. Fanning pulga aylanishi borasida tasdiqlar mavjud. Innovatsiya – bilimning katta pullarga aylanishini anglatadi. Bu borada bizdagi muammo – bilimning pulga aylanmasligi. Shu sababli bugungi kunda barcha darajalardagi boshqaruvchilarning innovatsion va loyihali dastaklardan foydalana oladigan, innovatsion fikrlaydigan yangi turini tayyorlash masalasi kun tartibida turibdi. Buning yechimi yangi institut – “professor-tadbirkor” (faunderlar) klubini yaratish hisoblanadi. Shuningdek, tekin maslahatlar tashkil etish, biznes modullar va seminarlarni, trening dasturlarini tashkil etish, fanlararo akselatorlar jamoasini shakllantirish kabi vazifalarni hal etish lozim bo'ladi.

Tadbirkorlik universitetlari korporatsiyalar va biznes bilan o'zaro munosabatlarni kengaytirishga intilmoqda hamda texnologiyalarni tijoratlashtirish hamkorlikning yangi turlaridan biriga aylanmoqda. Tadqiqot o'tkazishda ko'pincha biznes va universitetlar o'z oldiga turli xil maqsadlarni qo'yadilar: tadqiqotlar natijasi va undan qo'shimcha foyda olish imkoniyati biznes uchun muhimdir; universitet ilmiy izlanishlarning sifatiga, uni jamoatchilik va talabalar tomonidan qabul qilinishiga va natijalarni daromad olishdan ko'ra o'quv jarayonida qo'llash imkoniyatiga ko'proq e'tibor beradi. Tadqiqot maqsadlaridagi tafovut va texnologiyalarni tijoratlashtirish istagi yo'qligi ba'zi universitetlarning tadbirkorlik modeliga o'tishiga imkon bermaydi, ammo, universitetlar va biznes o'rtasidagi hamkorlik yuzaga kelganda, jarayonning ikkala ishtirokchilari o'zaro hamkorlikdan katta foyda olishadi, ulardan biri texnologiyani muvaffaqiyatli tijoratlashtirishdir. Texnologiyalarni tijoratlashtirish modellarini o'rganishga o'tishdan oldin, asosiy nazariy tushunchalarning ta'rifi berilishi kerak. Ko'pincha "texnologiya" atamasi texnik bilimlar va "moddiy ob'ektlarni ishlab chiqarishga imkon beradigan yangi samarali va iqtisodiy ishlab chiqarish jarayonlari" to'g'risidagi ma'lumotlarga asoslangan bilim yoki intellektual faoliyat natijasi (IFN)⁴⁵. Texnologiyalarni tijoratlashtirish jarayonida uchraydigan ikkinchi muhim atama bu "innovatsiya"lar bo'lib, ular 1912 yilda J. Shumpeter tomonidan "yangi kombinatsiyalar va rivojlanishning o'zgarishi" sifatida quyidagi holatlarda aniqlangan: yangi bozorni ochish, yangi mahsulotning paydo bo'lishi, yangi ishlab chiqarish usulini joriy etish, yangi xomashyo manbasini ishlab chiqish, yangi tashkiliy tuzilmani joriy etish⁴⁶. Innovatsiyalarning paydo bo'lishi jarayoni ikkita asosiy yondashuvga asoslanadi: texnologiyani rivojlantirishga asoslangan va bozor ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. R.Rotvell innovatsion menejmentning hayotiy

⁴⁵ Заложнев, А. Ю. Модели и методы внутрифирменного управления / А. Ю. Заложнев. М.: СтормМедия, 2004. 320 с.

⁴⁶ Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер. М.: Эксмо, 2007. 864 с.

siklining beshta modelini taklif qildi, ammo ularning barchasi bitta kompaniya ichida innovatsiyalarni yaratishga asoslangan va tadqiqot tashkilotlari bilan hamkorlik qilishni talab qilmaydi⁴⁷.

2003 yilda G.Chesbroning "Ochiq innovatsiyalar. Texnologiyalarni yaratish va undan foydalanishning yangi usuli "innovatsiyalarni yaratishning yangi modeli - "ochiq innovatsiyalar", bu tadqiqot xarajatlarini kamaytirish va innovatsiyalarning hayotiy sikli davomida yuzaga keladigan xatarlarni sezilarli darajada kamaytirishga imkon beradi. G.Chesbro tomonidan aniqlangan ochiq innovatsiya modelining asosiy xususiyatlari⁴⁸:

– boshqa sohalar va kompaniyalardan iste'dodli odamlarni yanada har tomonlama va tajribali jamoani jalb qilish uchun jalb qilish;

– tashkilotning tadqiqotlaridan foyda olish uchun uni o'zingiz o'tkazishingiz shart emas;

– bozorda paydo bo'lish tezligiga emas, balki biznes modelini yaratishga ko'proq e'tibor beriladi;

– nafaqat yangi g'oyalarning paydo bo'lishi, balki ularni tashqi muhitda izlash ham sodir bo'ladi;

– tashkilotlar intellektual mulk huquqlarini sotish va ta'minlash orqali texnologiyalarni ommaviy tijoratlashtirishga intilishadi;

– tegishli intellektual mulk kompaniyasi bozorda paydo bo'lganda, kompaniya uni o'z foydalanishi uchun sotib oladi.

Innovatsiyalarni yaratish uchun yangi modelning paydo bo'lishi tufayli kompaniyalarning sherik tarmog'i sezilarli darajada kengaymoqda, yaratilgan innovatsiyalar va potensial tijorat muvaffaqiyatli texnologiyalar soni sezilarli darajada oshmoqda. Ochiq innovatsiyalar, sanoat va universitetlarning o'zaro hamkorligi mumkin bo'lganda, kompaniyalar universitetlarga tijoratlashtirish uchun mavjud bo'lgan yangi texnologiyalar va yangiliklarni izlashda, shuningdek yangi istiqbolli ishchilarni izlashda murojaat qila boshlaydilar. Universitetlar va biznes birgalikda yaratgan innovatsiyalarning hayotiy sikllari haqida gapirganda, biz quyidagi bosqichlarni ajratishimiz mumkin:

– Asosiy (fundamental) tadqiqotlar – bu aniq amaliy yoki tijoriy maqsadlarsiz (fan uchun fan) eksperimental yoki nazariy tadqiqotlar. Ushbu turdagi tadqiqotlar biznes uchun alohida qiziqish uyg'otmaydi, chunki bu juda qiyin yoki moliyaviy foyda olishning iloji yo'q.

– Amaliy tadqiqotlar - "texnik va ijtimoiy muammolarni amaliy hal etishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar"⁴⁹. Ushbu turdagi tadqiqot amaliy ish muammolarini

⁴⁷ Rothwell R. Towards the Fifth-generation Innovation Process // International Marketing Review. 1994. №11. P. 7-31.

⁴⁸ Чесбро, Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий / М.: Поколение, 2007. 336 с.

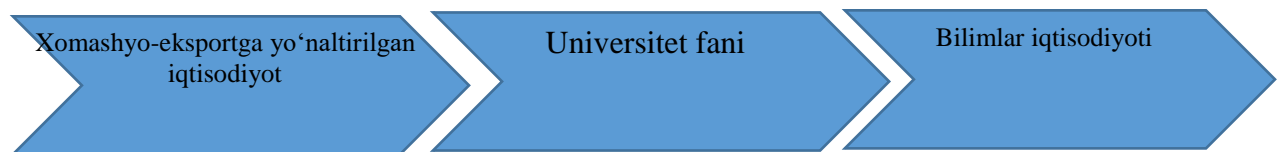
⁴⁹ Философский энциклопедический словарь. М.: Советская Энциклопедия, 1983. 405 с.

(biznesning amaliy masalalarini) hal qilish uchun qo'llanilishi mumkin.

– Tajriba-konstruktorlik ishlari (TKI) - bu “texnik shartlarga muvofiq yangi mahsulot turini yaratishda bajariladigan mahsulotning namunasi uchun konstruktorlik va texnologik hujjatlarni ishlab chiqish bo'yicha ishlar majmui”⁵⁰. Ushbu turdagi ish universitetlar va biznesning innovatsion hamkorligida ustunlik qiladi.

Biznes-tuzilmalarning tadbirkorlik ta'limi rivojlanishidagi ishtiroki kadrlar tayyorlash sohasida universitetlar bilan ularning o'zaro faol xatti-harakatlari orqali aniqlanadi; ITI va ITTKI olib borish sohasida; innovatsiyalarni ishlab chiqish va tijoratlashtirish; fan va innovatsiyalarni doimiy va tizimli ravishda moliyalashtirishda.

Shunday qilib, tadbirkorlik universitetlarining asosiy mezonlari - yaratilgan startaplar, ular tomonidan yaratilgan ish o'rinlari, innovatsion infratuzilmaning mavjudligidan iborat bo'lishi lozim.



fan – ta'lim va ijtimoiy
siyosatning to'g'ridan-to'g'ri davomi:

tijoratlashtirish uchun xizmat qiladigan
resurslarni, yangi texnologiya va innovatsiyalarni yaratadi,

innovatsiyalarni tijoratlashtirish esa yangi iqtisodiyotni paydo etadi.

2.1.1-rasm. Tadbirkorlik universitetlari rivojlanishi orqali milliy iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi⁵¹.

Tadbirkorlik universitetlari faoliyatining asosiy yo'nalishlari o'z biznesini asoslashga va unda mas'uliyatni o'z bo'yiniga oladigan, universitetning o'zida tadbirkorlik faoliyatini, biznes-inkubatorlarni, texnoparklarni, sho'ba korxonalarini va h.k.larni yaratishga qodir bo'lgan bo'lg'usi tadbirkorlarni tayyorlashdan iborat. Bunda muhim jihati talabalar va bitiruvchilarni tadbirkorlikka jalb etish, ularga axborot-maslahat va resursli yordam ko'rsatish hisoblanadi.

Milliy iqtisodiyotni universitet fani va ilmiy natijalarni tijoratlashtirishning

⁵⁰ Аникейчик, Н. Д. Планирование и управление НИР и ОКР. Учебное пособие / Н. Д. Аникейчик, И. Ю. Кинжагулов, А. В. Федоров. СПб.: Университет ИТМО, 2016. 192 с.

⁵¹ Каргин Д.Б. Предпринимательское образование, предпринимательский университет, коммерциализация технологий. Астана, 2016: <http://www.enu.kz/downloads/materials/Каргин%20Д.%20-%20Предпринимательское%20образование.pdf>.

rivojlanishi orqali transformatsiyalashuvining umumiy sxemasi 2.1.1-rasmda keltirilgan.

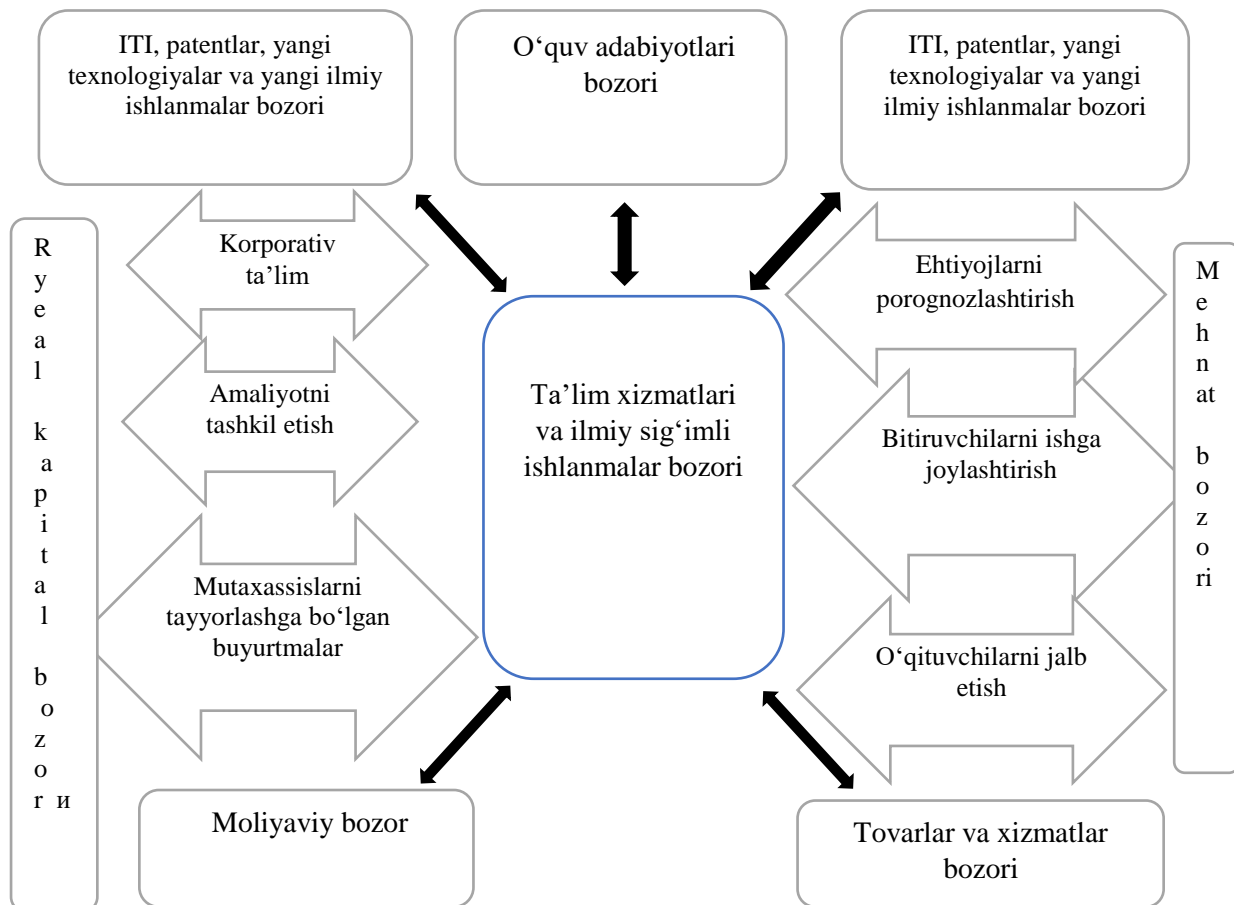
Tijoratlashtirish qachonki ishlangan texnologiya mavjud bo'lganida, ilmiy tadqiqot ishlari tugallanganida va ma'lum bir mahsulot yoki xizmat tijorat mijozlari tomonidan baholangan va ularning sinovlaridan o'tgan holda boshlanadi.

2.1.2-rasmda ko'rsatilganidek, iqtisodiy munosabatlarning bozor modeli sharoitida ta'lim bozori va ilmiy xizmatlar rivojlanishida va o'quv muassasi raqobatbardoshligining kuchayishida o'quv adabiyotlarini yaratish, patentlarni sotish, "nou-xau", ilmiy ishlanmalar muhim rol o'ynaydi. Bunday faoliyatning maqsadi – ehtiyojlarni bir muncha samarali qondirish: shaxslarni – ta'limda; ta'lim muassasini – uning professor-o'qituvchilari va xodimlarining yashash sharoitlari va rivojlanishida, yuqori darajada mutaxassislarni tayyorlashda; jamiyatda – shaxsiy va intellektual salohiyatni yaxlit kengaytirilgan takror ishlab chiqarishda⁵².

Tadbirkorlik universitetiga aylanish uchun avvalo, universitet nizomi bilan yaqindan bog'liq bo'lgan bazaviy shartlar kiritilgan - maqsadlarni yaratish, konsepsiyalar bo'lishi lozim bo'lib bunda: vertikal universitetdan polisga o'tish; innovatsion dastur orqali barcha hamjamiyatga bilimlarni tarqatish modelini, madaniy o'zgarishlarni targ'ib etish.

Tadbirkorlik universiteti nafaqat bilimlarni "uzatish" instituti sifatida lozim, balki u murakkab intellektual masalalarni yechishga qodir bo'lgan yuqori darajadagi ijtimoiy kapital bilan ijtimoiy aloqalarni keltirib chiqaruvchi tizim sifatida ishlashi lozim. Ushbu imkoniyat bitiruvchilarning amaliy yo'nalishdagi tadqiqot masalalarini yechish borasidagi davom etuvchi o'zaro xatti-harakatlari mexanizmlari orqali amalga oshirilishi mumkin.

⁵² Система менеджмента качества в образовании. Адаптивные структуры: http://yuprof.moy.su/news/sistema_menedzhmenta_kachestva_v_obrazovanii/20130410253.



2.1.2-rasm. Ta'lim xizmatlari va ilmiy sig'imli ishlanmalar bozorining aralash bozorlar bilan aloqalari.

Tadbirkorlik universiteti bitiruvchilarni nafaqat yagona konseptual til bilan birlashtiruvchi, balki universitetdan tashqari ma'lum bir tadqiqot masalalarini yechishga ixtisoslashtirilgan, innovatsiyalarni yaratishga, tijratlashtirish orqali mamlakat iqtisodiyotini prinsipial jihatdan yangi fan sig'imi yuqori bo'lgan darajaga olib chiqishga qodir bo'lgan ilmiy maktablarni shakllantirish amaliyotini yaratishi lozim.

Ko'pincha, universitet va biznes o'rtasidagi innovatsion aloqalar biznesning talabi asosida quriladi, xususan, kompaniya innovatsion so'rovga ega bo'lganida, uni universitet sharoitida izlashga imkon beradigan tajriba-konstruktorlik ishlariga tegishli bo'ladi. Universitetda tijratlashuvga kelsak, ularni tijratlashtirish uchun modelni tanlashda, tanlov omillaridan biri bu loyihani yaratish bosqichidir. Texnologik qiymat yaratilishining o'zaro bog'liq beshta bosqichi mavjud⁵³:

– Birinchi bosqich g'oyani yaratishdir - muallif iste'molchini qiziqtirishi mumkin bo'lgan yangi mahsulot yoki yechim g'oyasini taklif qiladi. Ushbu

⁵³ Антонец, В. А. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок / В. А. Антонец, Н. В. Нечаева, К. А. Хомкин. М.: Издательство «Дело», 2009. 317 с.; Зараменских, Е. П. Коммерциализация технологий / Е. П. Зараменских. Новосибирск: ЦРНС, 2014. 125 с.

bosqichda loyihani yanada tadqiq qilish va rivojlantirish mumkin yoki uni tijoratlashtirish va bozorga chiqish to'g'risida qaror qabul qilinadi. Ushbu konsepsiya tarafdorlari va mumkin bo'lgan mablag' qidirilmoqda. Ushbu bosqichda maqsad va vazifalarni SMART mezonlariga ko'ra baholash tavsiya etiladi (maxsus, o'lganadigan, erishish mumkin, dolzarb, aniq muddatlarga ega).

– Ikkinchi bosqich g'oyani amalga oshirishdir - g'oya texnologiyaga aylana boshlaydi, uning tijorat salohiyati, bozor istiqbollari va mahsulotni yaratish vaqti baholanadi, yangi sheriklar va homiyalar jalb qilinadi. Ko'pincha, ushbu bosqichda, laboratoriya namunasi yaratiladi, bu rejani jismoniy va texnik amalga oshirish imkoniyatini namoyish etadi, texnik topshiriq tuziladi.

– Uchinchi bosqich - bu texnologiya taqdimoti - potensial mijozlar va buyurtmachilarga namoyish qilish uchun laboratoriya namunasi sanoat namunasi o'tish. Prototip (eksperimental namuna) mijozlar bilan yaqin aloqani o'rnatish va mahsulot haqida savol va sharhlarni olish imkonini beradi. Ommaviy ishlab chiqarish boshlanishidan oldin kichik seriya ishlab chiqariladi, sanoat dizayni, logistika va sotish bo'yicha ishlar boshlanadi.

– To'rtinchi bosqich - texnologiyani ilgari surish va modernizatsiya qilish - marketing tadqiqotlari va reklama kampaniyalarini o'tkazish, reklama mahsulotlarini reklama qilish uchun ommaviy axborot vositalari va fikr rahbarlari bilan ishlash. Mijozlardan olingan fikr-mulohazalar asosida texnologiyani takomillashtirish va modernizatsiya qilish bo'yicha ishlar olib borilmoqda.

– Beshinchi bosqich - texnologiyani yo'q qilish - eng katta iqtisodiy va ekologik samaraga erishish uchun, foydalanishni bekor qilish jarayoni g'oyani amalga oshirish bosqichida, qo'llanmada tavsiyalarni hisobga olgan holda hisoblab chiqilishi kerak. Texnologiyaning moddiy shakli bilan uni tasarruf etishdan ijobiy daromad olinishi mumkin - mahsulotni qayta ishlash yoki uning ba'zi qismlaridan keyinchalik foydalanish.

Biroq, barcha loyihalar texnologiyani rivojlantirishning barcha bosqichlarini bosib o'tishga qodir emas - ularning aksariyati dastlabki bosqichlarda va jarayonning o'rtasida mavjud bo'lishni to'xtatadi, bu davr "O'lim vodiysi" deb nomlanadi. Loyihaning o'lim vodiysiga tushishining asosiy sabablari: loyihani ishlab chiqish, miqyoslash va amalga oshirish uchun mablag' yetishmasligi; loyihaning sarmoyadorlar uchun yoqimsizligi va faoliyatning beqarorligi tufayli korxonalarini qo'llab-quvvatlash; loyiha bo'yicha ish olib borishda tadbirkorlarning yetarli darajada jalb etilmaganligi; jamoaning yetishmasligi; tadbirkorlik tajribasining yetishmasligi. Universitet muhitida yangi ishbilarmonlar tomonidan topilgan tajribali o'qituvchilar yoki sheriklar O'lim vodiysini yengishga yordam beradigan loyihalarga yordam berishadi; universitet yordam berishi mumkin bo'lgan ish qidiruvchilarni (biznes-farishtalarni) yoki venchur investorlarni jalb

qilish.

Universitet muhitida texnologiyalarni tijoratlashtirish haqida gap ketganda, "akademik tadbirkorlik" atamasi ham qo'llaniladi, bu tadqiqotchilar va olimlarning rivojlanishini tijoratlashtirishda ishtirok etishini anglatadi (o'z ishlanmalarini tijoratlashtirishda ishtirok etishini anglatadi). Tadqiqotlarga ko'ra, mahsulotni yaratishning dastlabki bosqichida (yerta tijoratlashtirish) texnologiyalarni tijoratlashtirishni qo'llab-quvvatlagan holda, universitetlar texnologik tadbirkorlikni rivojlantirishga ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda, loyihalarning "o'limini" kamaytiradi va ko'plab iqtidorli talabalarni jalb qiladi. Texnologiyalarni tijoratlashtirish bilan bog'liq asosiy tushunchalarni, uning turlari va modellarini ko'rib chiqamiz.

"Texnologiyalarni tijoratlashtirish" tushunchasi - bu ilmiy-tadqiqot natijalari o'z vaqtida bozorda mahsulot va xizmatlarga aylantiriladigan jarayondir⁵⁴. Tijoratlashtirish natijalari nafaqat ilmiy izlanishlarga investitsiyalar shaklida moliyaviy foyda keltiradi, balki ishlab chiqarishni ko'paytirish, uning sifatini oshirish va xarajatlarni pasaytirish shaklida bo'ladi.

Texnologiyalarni tijoratlashtirish - bu "iste'molchi (xaridor) bilimlardan foydalanish huquqini olgan va o'z egasiga (texnologiyalarni ishlab chiquvchisiga) u yoki bu shaklda litsenziya (yoki boshqa) bitim shartlarida belgilangan miqdorda haq to'laydigan texnologik uzatish shakli"⁵⁵. Intellektual faoliyat natijalarini tijoratlashtirish maqsadi quyidagilar orqali daromad olishdir:

- o'z ishlab chiqarishida intellektual faoliyat natijalaridan foydalanish;
- intellektual faoliyat natijalaridan foydalanish huquqlarini uchinchi shaxslarga o'tkazish yoki sotish;
- spin-off kompaniyalarni tashkil etish.

Belgilangan maqsadlarni tartibda ko'rib chiqamiz. Agar intellektual faoliyat natijalari bizning ishlab chiqarishimiz ehtiyojlariga javob bersa, ular qo'shimcha daromad olish uchun amalga oshirish va foydalanish mumkin. Ushbu turdagi tijoratlashtirish, o'z ishlab chiqarishlarining yetishmasligi tufayli, universitetlarga qaraganda biznes uchun ko'proq foydalidir.

Intellektual faoliyat natijalaridan foydalanish huquqlarini topshirish yoki sotish tadbirkorlik universitetlarida texnologiyani tijoratlashtirishning eng keng tarqalgan shakli bo'lib, unga patentlar, litsenziyalar, nou-xau, savdo markalari, sanoat namunalari va boshqa intellektual mulk ob'ektlarini sotish orqali erishish mumkin; konsalting va muhandislik xizmatlari; ilmiy tadqiqotlar o'tkazish va sanoat ishlanmalarini yaratish. Dunyodagi eng mashhur texnologiya uzatish usuli

⁵⁴ Зараменских, Е. П. Коммерциализация технологий /Е.П.Зараменских. Новосибирск: ЦРНС, 2014. 125 с.

⁵⁵ Антонец, В. А. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок / В. А. Антонец, Н. В. Нечаева, К. А. Хомкин. М.: Издательство «Дело», 2009. 317 с.

bu litsenziyalash shartnomalari. Litsenziya shartnomasi, litsenziyani keyinchalik sotishdan olingan taxminiy daromad litsenziyadan foydalanishni monitoring qilish xarajatlaridan oshgan va intellektual mulk natijalaridan foydalanish bo'yicha eksklyuziv (mutlaq) huquqni sotishda yo'qotilgan daromad summasidan oshib ketgan hollarda tuziladi. Litsenziya shartnomasida sotib olingan intellektual mulkni (dasturiy ta'minot, ishlab chiqarish usullari, modellari, texnikasi, loyihalash hujjatlari va boshqalar) tijorat maqsadlarida foydalanish huquqi berilgan. Litsenziya shartnomalarining ikki turi mavjud: litsenziat uchun intellektual faoliyat natijalaridan foydalanish mutlaq huquqiga ega va mutlaq huquqsiz. Agar shartnomada boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo'lsa, litsenziat ushbu texnologiyalardan eksklyuziv huquqlarga ega bo'lmaydi va litsenziat litsenziyani cheksiz ko'p marta sotishi mumkin. Litsenziya shartnomasi turi va to'lovlar turlarini aniqlashda, royalti stavkasi ham qo'llaniladi - intellektual mulkdan foydalanganlik uchun to'lov turi⁵⁶. Royalti sotiladigan tovarlar va xizmatlar narxining foizi yoki foyda yoki daromad foizi miqdorida belgilanishi yoki belgilanishi mumkin. Litsenziyalash universitet nuqtai nazaridan texnologiyani tijoratlashtirishning eng foydali turi emas, chunki u daromadni faqat royalti ko'rinishida oladi va qo'shimcha daromad olish huquqiga ega emas.

Litsenziyalash shartnomalarini tuzishdan tashqari, texnologiyalar nou-xau orqali tijoratlashtirilishi mumkin. Nou-xau yoki ishlab chiqarish siri - bu "ilmiy-texnik sohadagi intellektual faoliyat natijalari va uchinchi shaxslarga noma'lum bo'lganligi sababli real yoki potensial tijoriy qiymatga ega bo'lgan kasbiy faoliyatni amalga oshirish usullari to'g'risida har qanday xususiyatdagi ma'lumotlar, agar uchinchi shaxslar bunday ma'lumotlarga qonuniy ravishda bemalol kira olishmasa va bunday ma'lumotlarning egasi ularning maxfiyligini saqlash uchun oqilona choralar ko'radi, shu jumladan tijorat siri rejimini joriy etish orqali"⁵⁷. Nou-xau va litsenziyalash shartnomalari o'rtasidagi asosiy farqlar:

- shartnomani imzolashdan oldin sirni oshkor qilish bilan bog'liq bo'lgan yuqori xavf va maxfiy ma'lumotlarning uchinchi shaxslarga oshkor bo'lishi mumkinligi;

- shartnoma predmetining qat'iy maxfiyligi tufayli shartnomalar tuzilgandan keyin bekor qilinishi mumkin emasligi;

- maxfiy ma'lumotlarni himoya qilishning aniq muddati yo'qligi.

Texnologiyalar kompleksini tijoratlashtirish uchun sanoat kooperatsiyasi usuli qo'llaniladi, unda tomonlar mahsulot va xizmatlarni sotish va sotib olish uchun o'zaro etkazib berish to'g'risida shartnoma tuzadilar, shuningdek o'zaro

⁵⁶ Неволин И. В. Математическая модель поведения участников лицензионных переговоров // Экономический анализ: теория и практика. 2013. №14. С. 54-60.

⁵⁷ Зараменских, Е. П. Коммерциализация технологий /Е.П.Зараменских. Новосибирск: ЦРНС, 2014. 125 с.

manfaatlarga yo'naltirilgan uzoq muddatli qo'shma manfaatlar shakllantiradilar. Sanoat kooperatsiyasini yaratish sabablari:

- ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish;
- texnik sohasidagi ekspert bilimlarini sotib olish yoki ko'paytirish;
- ixtisoslashtirish va seriyali ishlab chiqarishni kengaytirish;
- potensial bozorlarda o'sish;
- ishlab chiqarish imkoniyatlarini takomillashtirish va boshqalar.

Texnologiyalarni tijoratlashtirishning dunyodagi universitetlari orasida juda mashhur bo'lgan "spin-aut kompaniyalar", "spinning kompaniyalari" va "ajralib chiqadigan kompaniyalari" deb nomlanuvchi spin-off kompaniyalarni tashkil etilishi hisoblanadi.

Mamlakatimizda ular odatda kichik innovatsion korxonalar (KIK) deb nomlanadi. Intellektual mulk ob'ektlari universitetning spin-off kompaniyasining nizom jamg'armasidagi ishtiroki sifatida hisobga olinadi. Shunday qilib, universitetlar o'zlarining tadqiqotlari natijalarini tijoratlashtirish uchun filiallar tashkil qiladilar, daromadning foizini va intellektual faoliyat natijalariga egalik qilish va undan foydalanish huquqini oladilar. Ko'pincha spin-off kompaniyasining yaratish jarayonida venchur fondi yoki investor loyihani moliyalashtirish evaziga kompaniya aksiyalarining bir qismini olgan holda ishtirok etadi. Spin-off kompaniyalari universitet sharoitida texnologiyalarni tijoratlashtirishning eng muvaffaqiyatli va samarali shakli deb hisoblanadi, statistik ma'lumotlarga ko'ra, boshqa turdagi kichik korxonalar bilan taqqoslaganda ushbu turdagi kompaniyaning "omon qolish" darajasi juda yuqori. Spin-off kompaniyalari nafaqat asosiy universitetning iqtisodiy rivojlanishiga, balki yuqori texnologiyali kompaniya sifatida qo'shilgan qiymat yaratadigan va yangi ish o'rinlari yaratadigan mintqa va mamlakatning rivojlanishiga ham ta'sir qiladi. Rori O'Shi spin-off kompaniyalarining (ajralib chiqadigan kompaniyalarning) rivojlanishi va shakllanishidagi muvaffaqiyatlarga ta'sir etuvchi quyidagi belgilarni qayd etadi⁵⁸: shaxsiy fazilatlar va tadbirkorning motivatsiyasi; tadqiqotni moliyalashtirish hajmi va manbalari; tadbirkorlarning malakasi; texnologiyalarni tijoratlashtirishga yordam beradigan universitetning tashkiliy tuzilmasi; fakultetlarning reytingi; universitet sharoitida tadbirkorlik madaniyatini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish darajasi; venchur kapitaliga kirish; mintaqaning infratuzilmasi va ehtiyojlarini bilish; ixtirochilar huquqlarini legallashtirish.

Spin-off kompaniyalari va innovatsion loyihalarning universitetlarda muvaffaqiyatli tashkil etilishiga yangi tashkil etilgan korxonalarni tashkil etishda ekspert, boshqaruv, iqtisodiy va huquqiy yordam ko'rsatadigan, uning

⁵⁸ O'Shea R. P. Determinates and consequences of university spinoff activity: a conceptual framework // The Journal of Technology Transfer. 2008. №33. P. 653-666.

rivojlanishining dastlabki yillarida rivojlanishini jadallashtirgan yangi biznes-inkubatorlari ko‘maklashadi. Biroq, hamma ham tadbirkorlarga yordam berilmaydi - biznes-inkubator eng istiqbolli va hayotiy biznes-rejaga ega bo‘lgan eng yaxshi loyihalarni tanlaydi va ular bilan ishlashni davom ettiradi.

Biznes inkubator tomonidan ko‘rsatiladigan xizmatlar turlari:

- ma‘muriy - potensial investorlarni qidirish va aloqa o‘rnatishga yordam berish, loyiha uchun mablag‘ izlashga ko‘maklashish;
- infrastruktura – ish o‘rinlari, uskunalar va ofis uskunalarini taqdim etish;
- konsalting - soliq va buxgalteriya, marketing, huquqiy yordam, biznes modelini tanlash va sozlash, mutaxassislar bilan boshqa maslahatlashuvlar.

Biznes-tezlatgichlar yordamida kompaniya inkubatsiya dasturi o‘tib, ularning loyiha ko‘lamli, ekspertlar qo‘llab – quvvatlash, xalqaro hamkorlar topish va boshqa mamlakatlarda filiallari ochish yordam olish, tezlashtirish dasturi o‘rtacha davomiyligi - 3 oy. Ko‘pincha, biznes tezlatgichlari kompaniyadagi ulush evaziga shovqin investorlari sifatida harakat qilishadi. Ikki turdagi biznes tezlatgichlari mavjud - har qanday bosqichda loyihalar bilan shug‘ullanadigan to‘liq sikl va jamoa bilan ishlaydigan loyihalarga sarmoya kiritadigan to‘liq sikl. Keling, Sankt-Peterburg shahridagi ITMO universitetida 2012 yilda ochilgan iDealMachine start-up tezlatkichi (startap-akseleratori) va venchur jamg‘armasi misolida tezlatkichning (akseleratorning) ishchi modelini ko‘rib chiqaylik. Bu vaqt mobaynida akselerator butun dunyodan 200 dan ortiq investorni va 90 dan ortiq ekspertni jalb qildi; dasturdan o‘tgan 9 kompaniya urug‘ investitsiyalarini jalb qildi, 23 loyiha mavjud kompaniyalarga aylandi⁵⁹; iDealMachine universitet bilan hamkorlikda yaratilgan dunyoning eng yaxshi uch Yevropa va besh tezlatkich orasida⁶⁰. Tezlatgich texnologik loyihalar bilan ishlaydi, IT-yo‘nalishini afzal ko‘radi, rivojlanishning turli bosqichlarida, uchinchi tomon investitsiyalariga jalb etiladigan avtonom tez rivojlanayotgan biznesni shakllantirishga yordam beradi.

Dasturni o‘tish paytida kompaniyalarga quyidagi masalalarga yordam ko‘rsatiladi: maqsadli auditoriyani topadi va u bilan ishlash tamoyillarini tushunadi; savdo hunisini yaratish va savdo kanallarini aniqlash; prototipni yaratish va sinash; biznes-rejani tahlil qilish; keyingi harakatlar rejasini ishlab chiqish; investorlar uchun "sotish" taqdimotini yaratish; jamoani ish sharoitida tekshirish; savdo mexanizmini yaratish⁶¹.

Universitetning o‘ziga xos akseleratori talabalarga tadbirkorlik madaniyatini rivojlantirish uchun joy bo‘lib, ularga tadbirlarda ishtirok etish, o‘z g‘oyalari va

⁵⁹ Акселерационная программа // iDealMachine. 2017. URL:<http://www.idealmachine.ru/startups> (дата обращения: 10.11.2017).

⁶⁰ Оценка эффективности российских бизнес-инкубаторов и акселераторов / Х. Мейер [и др.]. М., 2016. 29 с.

⁶¹ Акселерационная программа // iDealMachine. 2017. URL: <http://www.idealmachine.ru/startups>(дата обращения: 10.11.2017).

loyihalarini investorlarga namoyish etish va ekspert maslahatlarini olish imkoniyatini beradi. Bundan tashqari, biznesni tezlashtiruvchi vositalari mamlakatning innovatsion iqtisodiyotini rivojlantirish va texnologiyalar va innovatsiyalarni tijoratlashtirish uchun kuchli vositaga aylanmoqda.

2016 yilda UBI Global, Rossiya venchur kompaniyasi (RVK) va Oliy iqtisodiyot maktabini Milliy tadqiqot institutining Biznes-inkubatorini (OIM MTI) qoʻllab-quvvatlashi va ishtirokida, Rossiya universitetlarining biznes-inkubatorlari va akseleratorlarining samaradorligini uchta asosiy guruhdagi 41 asosiy koʻrsatkichlar boʻyicha baholadi⁶²:

- ekotizimning ahamiyati - iqtisodiy rivojlanishga, isteʼdodlarni saqlashga, kompetentsiyalarni rivojlantirishga hissa qoʻshish;
- mijozlar uchun qiymat - bozorga kirish va moliyalashtirish;
- dasturlarning jozibadorligi - qiymatni taklif qilish va inkubatsiyadan keyingi samaradorlik.

Tadqiqot shuni koʻrsatadiki, Rossiya universitetlarining biznes-inkubatorlari oʻzlarining xorijiy hamkasblaridan farq qiladigan biznes modelidan foydalanadilar - Rossiyada daromadning asosiy manbai universitetni moliyalashtirish emas, balki taqdim etilayotgan xizmatlar va oʻtkazilgan tadbirlardan daromad olish, shuningdek, homiylik mablagʻlarini jalb qilishdir.

2.1.1-jadvalda Rossiya, Yevropa va jahon inkubatorlari va askelator (tezlatgich)larning qiyosiy xususiyatlari koʻrsatilgan.

2.1.1-jadval

Rossiya, Yevropa va jahon inkubatorlari va askelator (tezlatgich)larning qiyosiy xususiyatlari.

Koʻrsatkichlar	Rossiya	Yevropa	Jahon
Baholanayotgan inkubatorlar va akselatorlar soni, dona.	72	124	369
Oʻrta yillik operatsion budget \$ ming.	265	450	550
IT startaplarga ixtisoslashish, %	34	39	48
Dasturlarning «Jismoniy» oʻtashi, %	83	67	72
Oʻzining urugʻ ekish(startap) investitsiya fondlarining mavjudligi, %	31	53	51
Soʻngi 5 yilda yaratilgan ish oʻrinlari, dona	373	345	489
Rezidentlarda malakani shakllantirish qobiliyati, %	51,8	56,7	56,6
Inkubatorning moliyalashtirishni jalb etish	39,3	45,6	43,2

⁶² World and regional rankings // UBI-Global. 2017. URL: <http://ubi-global.com/rankings/> (дата обращения: 10.11.2017).

qobiliyati, %			
Investorlarning o‘rtacha soni, kishi	12	55	64
Oxirgi 5 yilda jalb etilgan investitsiyalar, mln.dollar.	5,1	27	23
Rezidentlarga kiritilgan investitsiyalar hajmi, %	32	41	34
Bir yilda o‘tkazgan choar-tadbirlar soni, marta	49	33	31
Inkubatsiyadan keyingi samaradorlik, %	50,9	57	55,8
Yiliga olingan buyurtmalar soni, dona	181	153	145

Olingan natijalarga ko‘ra, Rossiya biznes-inkubatorlari bir qator ko‘rsatkichlar bo‘yicha xorijiy raqobatchilarning dasturlaridan ustun turadi, degan xulosaga kelish mumkin, ammo yakuniy ko‘rsatkichlarni Yevropa va global ko‘rsatkichlar bilan taqqoslab bo‘lmaydi.

Ilmiy tashkilotlar, kompaniyalar va universitetlarda texnologiyani tijoratlashtirishning markazlashtirilgan jarayoni va undan foyda olish uchun maxsus bo‘limlar - texnologiyani tijoratlashtirish markazlari yaratilmoqda. Bunday markazlarni yaratishda asosiy maqsadlar texnologiya va rivojlanishni professional tijoratlashtirish, innovatsion siyosatni ishlab chiqish, tadqiqot tashkilotlari va venchur sarmoyadorlar o‘rtasidagi munosabatlarni shakllantirish, spin-off kompaniyalarning sonini ko‘paytirish va boshqalar.

Buyuk Britaniyaning «Imperial Innovations» kompaniyasini misolidan foydalanib, texnologiyalarni tijoratlashtirish markazining eng muvaffaqiyatli amaliyotlaridan birini ko‘rib chiqamiz. «Imperial Innovations» kompaniyasi 1988 yilda dunyoga mashhur tadqiqot universiteti - Londoning Imperial kolleji bazasida, unda o‘tkazilgan tadqiqotlar natijasida olingan intellektual faoliyat natijalarini tijoratlashtirish va huquqiy himoya qilish uchun tashkil etilgan.

Malakali ishchilar va katta tajribaga ega bo‘lgan kompaniya Imperial kolleji olimlariga biznes va investorlar bilan aloqalarni o‘rnatishda yordam beradi, shuningdek loyihani g‘oyadan prototipga va tayyor mahsulotga qadar amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan iqtisodiy va ma‘muriy tajribani taqdim etish orqali loyihaning tijorat imkoniyatlarini o‘zida mujassam etadi. «Imperial Innovations» texnologiyani litsenziyalash, filiallar va startaplarni tashkil etish, strategik biznes sheriklik va konsalting xizmatlarini rivojlantirish va tashkil qilishni taklif etadi. Kompaniyaning yordami bilan 60 ta ixtisoslashtirilgan tashkilotlar tashkil etildi va 200 million funtdan ortiq chet el investitsiyalari jalb qilindi⁶³, «Imperial Innovations» haqli ravishda Buyuk Britaniyadagi texnologiyani tijoratlashtirish

⁶³ Our spinouts // Imperial Innovations. 2017. URL: <https://www.imperialinnovations.co.uk/venture-support/our-spinouts/> (дата обращения: 07.11.2017).

bo'yicha eng yaxshi universitet markazi hisoblanadi. Muvaffaqiyatning asosiy shartlari texnologiyani tijoratlashtirish jarayonlarining qoidalariga rioya qilish, ishchilarning boy kasbiy tajribasi, texnologiyaning potensialini aniqlash, ish va biznes ehtiyojlarini bilish va tadbirkorlik madaniyatini rivojlantirishda Imperial kollejini qo'llab-quvvatlashdir.

Tadqiqotchi bilan ishlashni boshlashdan oldin, «Imperial Innovations» loyihaning tijorat imkoniyatlarini baholaydi va kelgusidagi hamkorlikni davom ettirish yoki tugatish to'g'risida qaror qabul qiladi. Hamkorlik davom etganda, texnologiyani tijoratlashtirish turi - litsenziyalash yoki kompaniyaning spin-offlarini yaratish to'g'risida qaror qabul qilinadi. Tanlash potensial bozorni o'rganishga asoslangan bo'lib, u bozorga kirishda mumkin bo'lgan to'siqlar va xatarlarni hisobga oladi. Tor yo'nalishga ega va bozorga chiqishning yagona yo'li bo'lgan loyihalar uchun litsenziyalash to'g'risida qaror qabul qilinadi. Keng ko'lamda foydalanishni va ko'p sonli strategik sheriklarning ishtirokini qamrab oluvchi texnologiyalar uchun spin-off kompaniyalar tashkil etiladi. Texnologiyalarni litsenziyalashda, bozorni o'rganish natijalarini hisobga olgan holda, potensial sheriklar va manfaatdor kompaniyalarni qidirish va ular bilan hamkorlik o'rnatish; marketing kompaniyasini o'tkazish; litsenziyani olish jarayoni davom etmoqda.

Spin-off kompaniyasini yaratishda kelajakdagi kompaniyaning biznes-rejasi tuziladi, aksiyadorlar va investorlarni qidirish amalga oshiriladi, biznesni boshqarish jarayonini nazorat qilish uchun kengash tayinlanadi; konsalting xizmatlari kompaniyaning dastlabki bosqichlarida muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun taqdim etiladi.

Texnologiyalarni tijoratlashtirishning turli modellari va usullarini ko'rib chiqib, biz texnologiyalar transferi deb nomlangan texnologiya uzatish jarayonini o'rganmoqdamiz.

2.2. Transfer texnologiyalar: transfer markazlari va texnologiyalarni tijoratlashtirishni informatsion qo'llab-quvvatlash.

"Texnologiyalarni uzatish" atamasining ko'plab ta'riflari mavjud, ulardan ba'zilar quyida keltirilgan. V.V.Titovning so'zlariga ko'ra, texnologiyalar transferi - bu "ko'nikmalar, bilimlar, texnologiyalar, ishlanmalar, ishlab chiqarish usullari, ishlab chiqarish namunalari va vositalarini ishlab chiqaruvchilardan foydalanuvchilarning keng doirasiga yetkazishdir, ular keyinchalik texnologiyalarni ishlab chiqish va ishlatish, yangi mahsulotlar, jarayonlar, ilovalar, materiallar va xizmatlarni aholi manfaati uchun yaratadilar"⁶⁴ V.V.Titov

⁶⁴ Трансфер технологий // [Персональная страница В.В. Титова] / Сайт об изобретательских задачах и методах их решения. 2007. URL: <http://www.metodolog.ru/00384/annot.htm>(дата обращения: 08.11.2017).

shuningdek, bilimlarni uzatish ta'rifini beradi - bu "bir tashkilot ichida va tashkilotlar o'rtasida ma'lumotlarni bir tomondan boshqasiga o'tkazish jarayoni".

Bilimlarni uzatishning (bilimlar transferining) maqsadi bilimlarni tashkil qilish, yaratish, mustahkamlash va tarqatish hamda yangi foydalanuvchilar uchun ularning ochiqligini ta'minlashdir. Butunjahon intellektual mulk tashkiloti texnologiyalar transferini "texnologiya ishlab chiqaruvchisi o'z texnologiyalaridan foydalanadigan tijorat sherigi uchun taqdim etadigan jarayon" deb ta'riflaydi⁶⁵. Aksariyat g'arbiy universitetlar va ilmiy-tadqiqot institutlari uchun texnologiya transferi universitet texnologiyalari menejerlari Assotsiatsiyasi (UTMA) tomonidan "ilmiy natijalarni keyingi tashkilot va tijoratlashtirish maqsadida bir tashkilotdan boshqasiga o'tkazish jarayoni" deb ta'riflanadi⁸¹. UTMA ma'lumotlariga ko'ra, texnologiyani uzatish jarayoni odatda yangi texnologiyalarni aniqlashni, ularni litsenziyalash yoki patentlash orqali himoya qilishni va tijoratlashtirish va keyingi rivojlanish strategiyasini shakllantirishni o'z ichiga oladi.

Texnologiyalarni uzatish turlari⁶⁶:

– Shartnoma turi bo'yicha:

– to'g'ridan-to'g'ri - sotuvchi va xaridor bir-birlarini mustaqil ravishda qidiradilar;

– klassik - texnologiyani uzatish tadqiqotchilar tomonidan kompaniyaga o'rnatilgan munosabatlar, shu jumladan rivojlanish to'g'risida bitim tuzish orqali amalga oshiriladi;

– vositachi ishtirokida - sotuvchi yoki xaridorni qidirish vositachi orqali amalga oshiriladi.

– Hajmi bo'yicha:

– mintaqaviy - mintaqadagi texnologiyalarni uzatish;

– mintaqalararo - bir mamlakatning turli mintaqalari o'rtasida texnologiya almashinuvi;

– xalqaro - tashkiliy aloqaga ega bo'lmagan turli mamlakatlar o'rtasidagi texnologiyalarni uzatish.

– Almashinuv darajasi bo'yicha:

– kompaniyalararo (firma ichidagi) - kompaniya yoki filiallar ichidagi texnologiyalarni uzatish;

– kompaniyalararo - bir-biriga bog'liq bo'lmagan kompaniyalarga texnologiyani uzatish.

⁶⁵ Терминология // WIPO – Всемирная организация интеллектуальной собственности. 2007. URL: <http://www.wipo.int/reference/ru/wipopearl/>(дата обращения: 10.11.2017).

⁸¹ About Technology Transfer // Association of University Technology Managers. 2011. URL: <http://www.autm.net/autm-info/abouttech-transfer/about-technology-transfer/>(дата обращения: 05.11.2017).

⁶⁶ Теребова С. В. Трансфер технологий как элемент инновационного развития экономики // Проблемы развития территории. 2010. №4. С. 31-36.

- Texnologiyalar transferi turi bo'yicha:
 - noyob texnologiya - yangi ishlab chiqarishni tashkil qilish yoki yangi xizmat turini taqdim etish qobiliyati (imkoniyati);
 - progressiv texnologiya (ilg'or texnologiyalar) - ma'lum bir uzatish mavzusi texnologiyasining rivojlanish tendensiyalari bilan bog'liq zamonaviy texnologiyalar;
 - an'anaviy texnologiya - ushbu sohadagi ko'pchilik raqobatchilar uchun mavjud bo'lgan texnologiyaning beqiyos darajasi;
 - eskirgan texnologiya - o'rtacha sifatli mahsulotdan past sifatli mahsulotni ishlab chiqarish.

Daromadlarni shakllantirish nuqtai nazaridan, texnologiyalarni o'tkazish tijorat va notijorat qismlarga bo'linadi. Ilmiy-texnik adabiyotlar, patentlar, ma'lumotnomalar va hokazolar to'g'risidagi ma'lumotlar universitet muhitida texnologiyani notijorat bo'lmagan holda o'tkazish mavzusi bo'lishi mumkin. Ilmiy va texnik mavzularda maqola yozish va nashr etish; ilmiy konferensiyalar va ko'rgazmalar tashkil etish; o'qituvchilar va mutaxassislar almashinuvi; talabalar ta'limi va boshqalar universitet texnologiyalarini notijorat maqsadlarida o'tkazish shakllari bo'lishi mumkin.

Tijorat texnologiyasini o'tkazish sub'ekti sanoat mulkining ob'ektlari (patentlar, foydali modellar, sanoat namunalari), nou-xau, texnik tavsiflar, texnologik va texnik bilimlar va boshqalar hisoblanadi. Tijorat texnologiyalarini uzatish shakllari qo'shma korxonalarni tashkil etish; texnik maslahatlarni o'tkazish; franchize savdosi; litsenziyalarni sotish va berish; nou-xau o'tkazish; muhandislik xizmatlarini ko'rsatish; lizing va boshqalar hisoblanadi. Texnologiyalar transferida ishlatiladigan shartnomaviy munosabatlarning boshqa turlari ham mavjud, masalan, oshkor etmaslik to'g'risidagi shartnoma (NDA), materiallar va namunalarni topshirish to'g'risidagi bitim, opsiya, ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini bajarish shartnomasi, qo'shma ixtiro shartnomasi va boshqalar, ularning ba'zilari quyida keltirilgan.

Oshkor etmaslik to'g'risidagi shartnoma (NDA) - bu savdo sirlari va shaxsiy ma'lumotlarning uchinchi tomonga tarqalishining oldini olish uchun ikkala tomonga maxfiy ma'lumotlar va materiallar bilan almashish imkonini beradigan huquqiy kelishuv.

Variant (opsiya) - xaridorning intellektual faoliyat natijalarini olishga bo'lgan qiziqishi to'g'risidagi guvohnoma bo'lib xizmat qiladi va ma'lum bir vaqt uchun litsenziya va intellektual mulk huquqini kichik miqdordagi haq evaziga saqlab qoladi.

Ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini bajarish shartnomasi - ilmiy-tadqiqot va / yoki konstruktorlik ishlarini olib borish uchun universitet va uchinchi

tomon kompaniyasi yoki jamg'armasi o'rtasida kelishuv.

Texnologiyalarni uzatilishidan ko'zlangan maqsadlarga va kutilayotgan natijaga qarab, kelishuvlarning turi va intellektual mulkni topshirish natijasi belgilanadi.

Texnologiyalarni uzatish murakkab va uzoq jarayondir, shuning uchun uzatishni boshlashdan oldin, texnologiya auditini o'tkazish orqali texnologiyaning potensialini baholash kerak - yangilikni (innovatsiyani) ob'ektiv baholash talab etiladi. Ko'pincha, texnologik auditning maqsadi mijozlarning barcha ixtirolarini kashf etish va ularning keyingi tijorat hamda o'tkazish imkoniyatlarini taqqoslashdir.

Texnologik auditni sifatli o'tkazish uchun, audit jarayonini tashkil qilishda buyurtmachining rahbariyatini jalb qilish talab etiladi, shuningdek, xodimlarni auditning vazifalari va vositalari to'g'risida xabardor qilishda ishtirok etish zarur. Universitet loyihalarining texnologik auditini tashkil etishda loyiha rahbari yoki loyiha amalga oshiriladigan laboratoriya rahbari ko'rsatma sifatida ishlaydi (yetakchi rol o'ynaydi).

Chet el tajribasiga ko'ra, texnologiya auditini texnologiyani ishlab chiqish bilan shug'ullanadigan xodimlarning yozma so'rovidan boshlanishi kerak, shundan so'ng ma'lum xodimlarni suhbatga taklif qilish to'g'risida qaror qabul qilinadi. Ushbu bosqichdagi texnologik auditning maqsadi mijoz (buyurtmachi) xodimlarining keyingi suhbatlar o'tkazish bo'yicha asosiy ko'nikmalarini aniqlashdir. Suhbatdosh, o'z navbatida, munozarali masalalarni oydinlashtirish va aniqlashtirish uchun asosiy vakolatlarga ega bo'lishi kerak.

Loyihani baholashning ikkita asosiy usuli mavjud - LIFT (bog'lovchi innovatsiya, moliya va texnologiya) va TAME (texnologiya va bozorni baholash). LIFT metodologiyasi innovatsion loyihani tijoratlashtirish darajasini aniqlash uchun Yevropa Ittifoqining Tadqiqot va texnologik rivojlanish bo'yicha komissiyasining V doirasida ishlab chiqilgan. LIFT metodologiyasiga ko'ra, intervyu (suhbat) oldidan kompaniyaga loyiha bo'yicha so'rovnoma yuboriladi, so'ng natijalar batafsil tahlil qilinadi, ularning asosida savollar tayyorlanadi va tashqi ekspertlar suhbatga taklif qilinadi. Shuningdek, kompaniya o'rganilayotgan loyiha bilan bog'liq hujjatlar to'plamini tayyorlaydi. Loyiha ikki guruhga bo'lingan holda, jozibadorlikni va mumkin bo'lgan xatarlarni ko'rsatadigan mezonlar bo'yicha baholanadi. Ko'pincha, loyihaning jozibadorligi baholashning o'nta omilini o'z ichiga oladi: bozor o'sishi hajmi va harakati, rentabellik, loyihani bozorda boshlash vaqti va boshqalar.

Loyiha bilan bog'liq xavflarni baholash yigirmata omilga ko'ra amalga oshiriladi: loyihani ishlab chiqish bosqichi, bozorni o'rganish va marketing rejasining mavjudligi, moliyaviy barqarorlik, xodimlarning mavjudligi va

malakasi, patent qidiruvi tozaligi va boshqalar. TAME metodologiyasi Lambic Innovation Ltd. tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, uning asosiy xususiyati sotishning mumkin bo'lgan bozorlarini baholashga qaratilgan. TAME baholashning besh bo'limini o'z ichiga oladi: yangi texnologiyaning mazmuni; mahsulotning kuchli va zaif tomonlari; intellektual mulk va bozorni baholash va boshqalar. Baholash ko'rsatkichlarining ta'rifi va texnologik audit metodologiyasini tanlash tadbirning maqsadlari, baholanadigan kompaniya sohasi va boshqa omillar bilan belgilanadi. 2.2.1-jadvalda⁶⁷ tijoratlashtirish va texnologiyalarni o'tkazish imkoniyatlarini baholash mezonlariga misollar keltirilgan. Audit jarayonida aniqlangan barcha texnologiyalar uchun ballar hujayralarga kiritiladi.

Ko'rsatkichlar baholangan tashkilot uchun odatiy ball tizimiga muvofiq baholanadi. Har bir mezon uchun o'lchov omillarining kiritilishi, audit natijalarini bozor nuqtai nazaridan, imkon qadar ob'ektiv va to'g'ri yechishga imkon beradi. Hisob-kitoblarni jadvalga kiritgandan so'ng, har bir o'rganilayotgan sohalar uchun qiymatlar qo'shiladi va texnologiyaning potentsiali, shuningdek ularning umumiy ballari aniqlanadi, ularning asosida texnologiyalar bilan kelgusida ishlash bo'yicha qaror va taklif shakllanadi.

2.2.1-jadval.

Tijoratlashtirish va texnologiyalar transferi salohiyatini hisoblash matritsasi.

Tijoratlashtirish salohiyati		1- texnologiya	2-texnologiya
1	Tijorat ishlanmalari tannarxining anglanganligi		
2	Bitta emas, balki mahsulotlar oilasi yoki ilovalarni olish imkoniyati		
3	Bozorning mavjudligi		
4	Raqobatchilik ustuvorliklari		
5	Sanoat qayta ishlashni amalga oshirish		

⁶⁷ Оценка коммерциализируемости технологий: сб. науч. тр. / Коммерциализация технологий: мировой опыт рос. регионам; под ред. Н.М. Фонштейн. М.: Академия народного хозяйства при правительстве РФ, 1995. 228 с.

<i>Tijoratashtirish salohiyatini yakuniy baholash</i>			
Transfer salohiyati			
1	Uzatish uchun texnologiyani tayyorlash		
2	Texnologiyalarni ishlab chiqish yoki uzatish borasida yordam beradigan guruh mavjud		
3	Bozorda texnologiyalarga qiziqishning mavjudligi		
4	Tijorat muddatlarini qayta ishlash		
5	Texnologiyalarning potensial yoki haqiqatdagi xaridorlarini aniqlash		
<i>Tijoratashtirish salohiyatini yakuniy baholash</i>			
Jami baholash			

Texnologik auditning yakuniy bosqichi yakuniy hisobotni yozish bo‘lib, unda quyidagi bandlar bo‘lishi kerak ⁶⁸:

- yetakchi texnologiyalar, kompetensiyalar (vakolatlar) va texnologiyalar haqida qisqacha ma’lumot;
- qo‘shimcha texnologiyalar, kompetensiyalar va texnologiyalar haqida qisqacha ma’lumot;
- o‘tgan va joriy bitimlar va sanoat bilan o‘zaro aloqalarning qisqacha mazmuni;
- tadqiqot shartnomalari, moliyalashtirish manbalari va uyushmalarning qisqacha mazmuni;
- keyingi tadqiqotlar uchun ustuvor yo‘nalishlar;
- o‘quv dasturlarini yaratish va amalga oshirish imkoniyatlarini aniqlash;
- kompaniya ichida hamkorlik qilish imkoniyatlari;
- martaba potensialini va xodimlarning motivatsiyasini aniqlash;
- qo‘shimcha rivojlanish vektorlari va boshqalar.

Hisobot tashkilotda mavjud bo‘lgan texnologiyalar va jihozlarning miqdori va sifatini; xodimlarning aniq bo‘lmagan ko‘nikmalari va tajribasini; kompaniyaning sanoat bilan o‘zaro hamkorligi tajribasini va istiqbolli hamkorlik istiqbollarini prognozlashni; xodimlarning taqdirini aniqlash va ularning motivatsiyasini aniqlashni baholaydi, ushbu ma’lumotlar asosida xodimlarning martaba yo‘nalishi bo‘yicha tavsiyalar tayyorlanadi. Texnologik audit bizga yangi mahsulotni bozorga

⁶⁸ Оценка коммерциализируемости технологий: сб. науч. тр. / Коммерциализация технологий: мировой опыт рос. регионам; под ред. Н.М. Фонштейн. М.: Академия народного хозяйства при правительстве РФ, 1995. 228 с.

chiqarishda xatarlarni sezilarli darajada kamaytirgan holda loyihaning tijorat istiqbollari va uni keyinchalik rivojlantirish imkoniyatlarini aniqlashga imkon beradi.

Texnologiyalarni uzatish universitet 3.0 modelining ajralmas qismidir, chunki uni tashkil etish uchun universitetlar ko'p sabablarga ega, masalan:

- iqtidorli o'qituvchilarni jalb qilish va saqlash;
- universitet kashfiyotlari va ixtirolarini tan olish va tarqatish;
- qo'shimcha moliyalashtirishni jalb qilish;
- keyingi tadqiqotlarni qo'llab-quvvatlash uchun litsenziyalash;
- iqtisodiy rivojlanish va boshqalar.

Texnologiyalarni uzatish variantlari:

– kompaniyalarni jalb qilish va ular bilan tadqiqotlar va ishlanmalar uchun shartnomalar tuzish;

- konsalting, muhandislik, konstruktorlik va tadqiqot xizmatlarini ko'rsatish;
- litsenziya shartnomalarini olish;
- o'quv kurslari va dasturlarini yaratish;
- tadqiqotlarni homiylik qilishga investorlarni jalb qilish;
- biznes va sanoat bilan birgalikda korxonalarini tashkil etish;
- spin-off kompaniyalarni tashkil etish;
- yangi mahsulotlar ishlab chiqarish va boshqalar.

So'nggi yillarda mamlakatda texnologik uzatish infratuzilmasini rivojlantirishga yordam beradigan qonunchilik bazasi faol takomillashtirilmoqda. Texnologiyalarni uzatish markazlari, texnoparklar, ilmiy-texnologik parklari, biznes-inkubatorlar, axborot texnologiyalari markazlari tarmog'i, innovatsion klasterlar va boshqa infratuzilmalar yaratilmoqda.

Birinchi bo'limda tavsiflangan AQShda Bay-Dole qonuni qabul qilingandan so'ng, kafedralar universitetlarning intellektual mulkni litsenziyalash va patentlashga ixtisoslashgan universitetlarida va texnologiyalarni litsenziyalash idoralari, texnologiyalarni uzatish idoralari yoki texnologiyalarni rivojlantirish idoralari deb nomlana boshladilar. Patent berish va startaplarni yaratish uchun ma'lumot markazi Massachusetts texnologiya instituti bo'lib, u texnologiyani uzatish jarayonini "Massachusetts texnologiya instituti kuchlari tomonidan ishlab chiqarilgan bilim mahsulotlarining jamoat maydoniga harakati" sifatida belgilaydi⁶⁹ va 10 bosqichdan iborat.

Birinchi bosqich - bu kashfiyot yoki ixtiroga olib kelgan tadqiqotlar. Ikkinchi bosqich - tadqiqotchi intellektual faoliyatning mumkin bo'lgan natijasini mulk huquqini baholash va himoya qilish uchun litsenziyalash markazi bilan muhokama

⁶⁹ An Inventor's Guide to Technology Transfer at the Massachusetts Institute of Technology / MIT Technology Licensing office. Cambridge: 2010. 36 p.

qiladi. Uchinchi bosqich texnologiyani uzatish jarayonini to‘g‘ridan-to‘g‘ri ishga tushiradi - ixtiro haqidagi ma’lumotlarni ochib beradigan yozma ariza. To‘rtinchi bosqich keyingi uzatish strategiyasini belgilaydi - kashfiyotning to‘liq bahosi, shu jumladan patent tadqiqotlari va tijorat potensialini baholash uchun bozorni tahlil qilish. Kerakli tahlilni o‘tkazgandan so‘ng, mavjud bo‘lgan kompaniyaga texnologiyani sotish yoki startap yaratish to‘g‘risida qaror qabul qilinadi. Beshinchi bosqich - tijoratlashtirish jarayonida, shu jumladan patentga talabnoma topshirishda huquqiy yordam.

Oltinchi bosqich - texnologiyani sotish yoki startap yaratish uchun munosib kompaniyani topish uchun marketing tadqiqotlari.

Yettinchi bosqich - yangi kompaniyani tashkil etish yoki potensial xaridorlarni qidirish va biznes-reja tuzishda huquqiy va boshqaruv yordami.

Sakkizinchi bosqich - bu startap yaratish yoki kompaniya texnologiyalarini sotishdan qat’iy nazar, universitet va uchinchi tomon o‘rtasida litsenziya shartnomasini imzolash.

To‘qqizinchi bosqich - bu texnologiyani tijoratlashtirish va takomillashtirish.

O‘ninchi bosqich - bu universitet tomonidan foyda olish.

Massachusetts texnologiya institutining texnologiya uzatish modeli G‘arb universitetlarida klassik hisoblanadi.

Texnologiyalarni uzatish ofislarining umumiy bosh maqsadi tadqiqotchilar, investorlar va texnologiyalarning iste’molchilari o‘rtasidagi aloqani ta’minlash, idoralarning (ofislarning) vazifalariga shuningdek quyidagilar kiradi:

- universitetning keyinchalik tijoratlashtirishga yaroqli ilmiy va amaliy loyihalarini izlash va tahlil qilish;
- patent va bozor tadqiqotlarini o‘tkazish;
- texnologiyalar transferi va intellektual mulk bilan bog‘liq boshqa bitimlarni huquqiy qo‘llab-quvvatlash;
- texnologik auditni o‘tkazish;
- universitetning intellektual mulkini himoya qilish;
- investorlarni va qo‘shimcha moliyalashtirishni izlash va jalb qilish;
- ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar uchun grantlarni jalb qilish va boshqalar.

Bilimlar va texnologiyalarni tijoratlashtirish modellarini va texnologiyalarni uzatish usullarini o‘rganib chiqib, universitetlarning 3.0 modelida bilimlarni tarqatish, shakllantirish va tijoratlashtirishni axborot bilan ta’minlash bo‘yicha universitetlarning mavjud tajribasini ko‘rib chiqishimiz kerak.

2.3. Universitet 3.0 modelida bilimlarni tarqatish, generatsiyalash va tijoratlashtirish uchun axborot tizimlarini loyihalashtirish.

Tadbirkorlik universiteti modeliga mos kelishga intilayotgan zamonaviy

universitetlar tomonidan bilimlarni tarqatish, shakllantirish va tijoratlash bo'yicha muvaffaqiyatli axborot ko'magi uchun turli xil axborot tizimlari, platformalar, veb-saytlar va boshqa axborot vositalaridan foydalanish kerak. Amaldagi axborot tizimlarini baholash uchun "5-100-2020" dunyoning yetakchi tadqiqot va ta'lim markazlari orasida "Rossiyaning yetakchi universitetlarining raqobatbardoshligini oshirish" dasturida ishtirok etgan universitetlar tanlab olindi⁷⁰, chunki dasturning asosiy ko'rsatkichlaridan biri universitetlar, sanoat va biznes o'rtasidagi o'zaro aloqalarni rivojlantirishdir.

Ularning axborot resurslari tahlili maqsadli guruhlar, ya'ni talabalar, o'qituvchilar, sheriklar va investorlar uchun taqdim etilayotgan ma'lumotlarning mavjudligi va sifati asosida amalga oshirildi. Asosiy mezonlar sifatida intellektual faoliyat natijalarini olish imkoniyati to'g'risidagi ma'lumotlarning mavjudligi tanlandi; investitsiya va homiylik uchun ochiq bo'lgan loyihalar to'g'risidagi ma'lumotlar; biznes bilan hamkorlik turlari to'g'risida ma'lumot; talabalar va o'qituvchilar o'rtasida texnologik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash shakllari to'g'risidagi ma'lumotlar. Asosiy xizmat ko'rsatuvchi provayderlarni aniqlash uchun universitetlarning innovatsion va ilmiy infratuzilmasi ham o'rganiladi.

Tizimni yaratishdan asosiy maqsad universitetlar, sanoat va ilmiy-tadqiqot tashkilotlarining o'zaro hamkorligi uchun yagona platformani shakllantirish, ular tomonidan tegishli ma'lumotlarni o'z vaqtida joylashtirish, shuningdek, axborotdan foydalanuvchilar sonini ko'paytirishdan iborat. Shunday qilib, ishlab chiqilayotgan tizim elektron onlayn platforma (veb-sayt) sifatida joriy etilishi kerak.

Saytning maqsadi

Sayt universitetlar va biznes foydalanuvchilari uchun mo'ljallangan, shuning uchun har bir maqsadli guruh uchun tizimdan foydalanishning asosiy maqsadlari, universitet uchun:

- universitetlarning raqobatbardoshligi va investitsion jozibadorligini oshirish;
- potensial sheriklar va investorlarni, shu jumladan xorijiy sheriklarni izlash;
- texnologiyalar transferi va tijoratlash jarayonini soddalashtirish;
- biznes va investorlar uchun tezkor va ob'ektiv ma'lumot etkazish kanali;
- o'tkazilgan tadqiqotlar to'g'risida, shuningdek, biznes bilan olib borilayotgan va muvaffaqiyatli hamkorlik to'g'risida xabardor qilish orqali universitetning ijobiy imijini shakllantirish;
- iqtidorli o'qituvchilar va talabalarni jalb qilish;

⁷⁰ Список университетов // Проект повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров. 2017. URL: <https://5top100.ru/universities/> (дата обращения: 06.11.2017).

- olib borilayotgan tadqiqotlar, jalb qilingan sarmoyalar hajmi, shartnomalar hajmi va hokazolar to'g'risida jamlama tahliliy ma'lumotlarni olish;
- talabalar o'rtasida tadbirkorlik madaniyatini ommalashtirish va boshqalardan iborat.

Biznes uchun:

- universitetlarda ishlab chiqarilgan texnologiyalar va innovatsiyalarni sotib olish va joriy etish orqali kompaniyaning raqobatdoshligini oshirish;
- saytga bo'sh ish o'rinlari to'g'risidagi ma'lumotlarni joylashtirish orqali ilmiy kashfiyotlar va dizayn ishlanmalarining potensial ijrochilarini izlash;
- texnologiyalar transferi va tijoratlashtirish jarayonini soddalashtirish;
- biznesning tadqiqot va ishlanmalarga ehtiyojlari haqida jonli efir kanali;
- universitetlar bilan faol hamkorlik qilish orqali kompaniyaning ijobiy imijini shakllantirish;
- talabalar orasidan yangi iqtidorli kadrlarni izlash va jalb qilish va boshqalarni tashkil etadi.

Davlat uchun:

- universitet 3.0 tushunchasini rivojlantirish va ommalashtirishga ko'maklashish;
- universitetlar va biznes o'rtasidagi aloqalarni rivojlantirish;
- universitetlar va biznes o'rtasidagi hamkorlik to'g'risida yig'ilgan tahliliy ma'lumotlarni olish va boshqalardan iborat.

Sayt tili: o'zbek, rus hamda ingliz tillarida bo'ladi. Ingliz tili 3.0 universitetlari va yirik kompaniyalar uchun asosiy foydalaniladigan tili hisoblanadi. Chet tilining mavjudligi ham chet ellik sheriklarni jalb qilishda yordam beradi va bilimlarni eshittirishni xalqaro darajadagi kanalga aylantiradi. Saytda ma'lumotlarni to'ldirganda, foydalanuvchi nafaqat, o'zbek va rus tilida, balki ingliz tilida ham ma'lumotlarni kiritishi talab qilinadi. Ingliz tilida ma'lumot kiritish qobiliyati majburiy emas, balki maslahatdir; "Ingliz tilida ma'lumot qo'shish" tugmachasi yordamida saytning har bir sahifasida ushbu funksiya bajarilishi kerak.

Saytni qidiruv tizimlari tomonidan izlash kerak bo'lgan asosiy kalit so'zlar (ichki **SEO**): universitet, 3.0 universiteti, uchinchi avlod universiteti, texnologiya uzatish, ma'lumot (bilimlarni) uzatish, texnologiyani tijoratlashtirish, innovatsion tijoratlashtirish, intellektual faoliyat natijasi, o'qish, ishlanmani sotib olish, ixtironi (innovatsiyani) sotib olish, intellektual faoliyat natijalarini sotib olish, ixtiro haqidagi ma'lumotni qaerga joylashtirish, ixtironi qanday sotib olish biotexnologiyalar, nanotexnologiyalar, fintech, bpla, katta ma'lumotlar, qaerda ixtiro haqida ma'lumot joylashtirilishi, innovatsiya sotib olish, fundamental tadqiqotlar, amaliy tadqiqotlar, ilmiy-texnik innovatsiyalar, 3.0 universiteti,

texnologiya transferi, texnologiyani tijoratlashirish, innovatsiyalarni tijoratlashirish, ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar, ilmiy-tadqiqot, aeronet, kompyutershunoslik, autonet, marinet, neyrotexnologiya, sog'liqni saqlash, fintech, katta ma'lumotlar, va hokazo.

Sayt **SEO** ishtirokchilari haqida ma'lumot bilan to'ldirilganligi sababli, universitetlar va ishtirok etuvchi kompaniyalarning nomlari, shuningdek e'lon qilinadigan loyihalar ham qo'shilishi kerak.

Saytning tuzilishi.

Quyida saytning asosiy qismini ruxsatsiz foydalanuvchilar ko'rishi mumkin bo'lgan tuzilishi keltirilgan:

- loyiha haqida;
- loyihaning maqsad va vazifalari;
- tashkilotchilar va sheriklar;
- bilimlar bazasi;
- ishtirokchining maqolasi;
- aloqalar.

Nazorat savollari:

1. Zamonaviy universitetning bosh funksiyasini aytib bering?
2. Innovatsiya deganda nimani tushunasiz?
3. Tadbirkorlik universitetlari rivojlanishi orqali milliy iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi nima?
4. Universitetda tijoratlashuv deganda nimani tushunasiz?
5. Texnologik qiymat yaratilishining o'zaro bog'liq beshta bosqichlarini sana bering.
6. Texnologiyalarni tijoratlashirish nima?
7. Dunyodagi eng mashhur texnologiyani uzatish usuli nima?
8. Spin-off kompaniyalari deganda nimalarni tushunasiz?
9. Bilimlarni uzatishning (bilimlar transferining) maqsadi nimalardan iborat?
10. Variant (opsion) deganda nimani tushunasiz?

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasining 2019 yil 29 oktabr "Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida"gi O'RQ-576-sonli Qonuni
2. O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 24 iyulda «Innovatsion faoliyat to'g'risida» gi O'RQ-630-sonli Qonuni.
3. O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentabrda qabul qilingan "Ta'lim to'g'risida"gi O'RQ-637-sonli Qonuni.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevral "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi

4947-sonli Farmoni.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 20 aprel "Oliy ta‘lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-2909-sonli Qarori.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentabr “2019-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5544-sonli Farmoni.

7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni,

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni.

9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 oktabrda “Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida” gi PF-6097-sonli Farmoni.

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2020 yil 25 yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

Maxsus adabiyotlar.

11. Бадеева, Е.А. (2012), Университетское планирование в рамках протсессного подхода: монография, Москва: Издательский дом Академии Естествознания. [хтти://эсоном.кхсу.ру](http://эсоном.кхсу.ру) [Доступ 24 марта 2010 г.]

12. Балмасова Т.А. «Третья миссия университета» –новый вектор развития? // Высшее образование в России. – 2016. – № 8-9. – С. 48-55.

13. Ватагина М.В. Стратегические направления в развитии маркетинговой деятельности вузов// Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России№2(42)2009. С.113-116.

14. Веретенникова, О. Б., Дрантусова, Н. В., Ключев, А. К., Кортков, С. В., Майданик, В. И., Малышева, Л. А., Попова, Л. Н. (2008), Разработка стратегии образовательного учреждения: методические рекомендации, Екатеринбург: Университетское управление: практика и анализ.

15. Виссема Ёхан Г. Университет третьего поколения: управление университетом в переходный период. – М.: Сбербанк, 2016. – 422 с.

16. Волкова Н. С. Анализ системы дополнительного профессионального образования России и его рол в современных условиях // Молодой ученый. — 2012. — №5. — С. 412-415. — УРЛ [хттипс://moluch.ru/архиве/40/4761/](http://moluch.ru/архиве/40/4761/) (дата обращения: 28.08.2019).

17. Гафуров И.Р., Василев В.Л., Кашбиева Р.Р. Инновационные кластеры и социально-экономическое развитие регионов: анализ методических подходов. – М.: «Анкил», 2012. – 292 с.

18. Головкин Н.В., Зиневич О.В., Рузакина Е.А. Университет третьего поколения: Б. Кларк и Й. Уисема // Высшее образование в России. – 2016. – № 9. – С. 40-47.

19. Каргин Д.Б. Предпринимательское образование, предпринимательский университет, коммерциализация технологий. Астана, 2016: [http://www.эну.кз/ download/ материалс/ Каргин. Предпринимательское образование.pdf](http://www.эну.кз/download/materials/Каргин.Предпринимательскоеобразование.pdf).

20. Клаус Шваб «Четвертая промышленная революция»: Э. Москва. 2016. 48 с.

21. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. – 2007. – № 1. – С. 49-62.

22. Красинская Л.Ф. Модернизация, оптимизация, бюрократизация...Что ожидает высшую школу завтра? // Высшее образование в России. – 2016. – № 3. – С. 73-82.

23. Ксендзова Г. Ф. Тенденции развития маркетингового управления на рынке образовательных услуг // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – № 3. – С. 118–121.

24. Хагуров Т.А. Высшее образование: между служением и услугой // Высшее образование в России. – 2011. – № 4. – С. 47-57.

25. Мягков Г.П., Бухараев В.М. Трансформация классического университета в условиях «текущей современности» // Классический университет: история и современность: материалы Всеросс. с международным участием научно-практической конференции, посвященной 85-летию Удмуртского гос. ун-та; Ижевск, 3-4 февраля 2016 г. /отв. ред. и сост. В.В. Пузанов, Д.В. Репников. – Ижевск: Издат. центр «Удмуртский университет», 2016. – С. 56-61.

26. Самойленко К.А. Перспективы развития инновационно-предпринимательских университетов: [http://ir.znanu.edu.ua/bitstream/123456789/1983/1/ Наук_чут_2014_3_177182.pdf](http://ir.znanu.edu.ua/bitstream/123456789/1983/1/Наук_чут_2014_3_177182.pdf).

27. Тазарбеков К.А. К разработке «Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет». Тезисы.- алматы: Университет «Туран», 2016. -36 с.

28. Паспорт приоритетного проекта «Вузы как центры пространства создания инноваций». – УРЛ:

[хтп://government.ru/media/fles/](http://government.ru/media/fles/)

ОнТУмегФЛНж5Уқтас57йWG1ЕтМГ9АБе.пдф

29. Шуклина З. Н., Эшонов Р. Р., Хаданович Н. В. Выбор инструментов и стратегий бенчмаркинга в рискованной конкурентной среде // Молодой ученый. — 2017. — №12. — С. 387-392. — УРЛ

30. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М. Образование в ХХИ веке: перед лицом новых вызовов. — Казан: Казан. гос. ун-т, 2010. — 156 с.

31. Шадриков В., Геворкян Е. О процедуре комплексной оценки вуза // Высшее образование в России. 2001. № 1.

32. Шульц Д.Е., Танненбаум С.С., Лаутерборн Р.Ф. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации: Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2004.

33. Щелкунов М.Д. Университеты перед лицом глобальных вызовов: российский путь // Поиск. Альтернативы. Выбор. — 2016. — № 3. — С. 48-59.

34. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Фурсова В.В. На пути к международному признанию: Казанский федеральный университет как субъект глобального пространства высшего образования. — Казан: Изд-во Казан. ун-та, 2016. — 140 с.

Internet saytlar:

35. <http://edu.uz> — O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi

36. <http://lex.uz> — O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi

37. <http://bimm.uz> — Oliy ta’lim tizimi pedagog va rahbar kadrlarini qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni tashkil etish bosh ilmiy-metodik markazi

38. <http://ziyonet.uz> — Ta’lim portali Ziyonet

39. <http://natlib.uz> — Alisher Navoiy nomidagi O‘zbekiston Milliy kutubxonasi

3-MAVZU: OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA TA'LIM XIZMATI MARKETING FAOLIYATINI STRATEGIK REJALASHTIRISH

Reja:

- 3.1. Ta'lim xizmatlari marketingi tushunchasi va uning o'ziga xos jihatlari.
- 3.2. Oliy ta'lim muassasalarida ta'lim xizmati marketing faoliyatini strategik rejalashtirish.
- 3.3. Benchmarkingning oliy ta'limda ta'lim sifatini oshirishdagi o'rni.
- 3.4. OTMLar reytingi va tashqi omillar

Tayanch tushunchalar: marketing, marketingning rivojlanish bosqichlari, ta'limda marketing, ta'lim xizmati, ta'lim xizmatlari marketingi, ta'lim xizmatlari bozori, ta'lim muassasi xizmatlari, ta'lim xizmatiga yo'naltirilgan marketing, strategik rejalashtirish, oliy ta'lim muassasalarida ta'lim xizmati marketing faoliyatini strategik rejalashtirish, benchmarking, benchmarking texnologiyasi, reyting, tashqi omillar QS reytingi, Shanxay reytingi, THE reytingi.

3.1. Ta'lim xizmatlari marketingi tushunchasi va uning o'ziga xos jihatlari.

Marketing bozorga oid va boshqa muammolarni yechish uchun katta imkoniyatlar yaratib, o'zidan to'liq va to'g'ri foydalanish uchun katta tayyorgarlik ijodiy yondashishni talab qiladi. Marketing iborasi inglizcha "market" degan so'zdan kelib chiqqan bo'lib aynan "bozor faoliyati" degan ma'noani anglatadi. Mazkur ibora iqtisodiy adabiyotda XIX asrning oxirida AQShda paydo bo'lgan (3.1.1-jadval). Marketing fani mustaqil faoliyat yuritish va fan sifatida esa o'tgan asrning boshlarida shakllana boshladi. Marketing sohasi bo'yicha mashhur nazariyotchi F.Kotler "marketing" tushunchasi, uning tamoyillari, funksiyalari, marketing faoliyati elementlari va ularning maqsadlari, marketing kompleksi kabi tushunchalarni shakllantirdi.

3.1.1-jadval

Marketingning rivojlanish bosqichlari.

Bosqichlar	Oraliq davri	Tashkilot muhiti va vazifalari tavsifi
1	XIX asr oxiri XX asr boshlari- ommaviy ishlab chiqarish davri	Ishlab chiqarish tuzilmalarining paydo bo'lishi; tarmoqlarning aniq chegaralanishi; talabning past differentsiatsiyasi; jamiyatning tadbirkorlik sektoriga past darajadagi aralashuvi; ishlab chiqarishning muvaffaqiyatlik mezoni-mahsulotning past narxi
2	1930-1955 yy. - ommaviy sotuvlar davri	Asosiy tovarlarga bo'lgan talab to'yinish darajasiga yetdi-bozorga yo'naltirilganlik zaruriyati; nafaqat arzon taqdim etish, balki bozorga olib chiqish, reklama qilish, sotuvni tashkil etish; boshqarish vazifalari ichki muhit(ishlab chiqarish)dan tashqi(bozor)ga qayta yo'naltirildi; mahsulotning iste'mol tavsiflariga, mahsulotni ishlab chiqishga bo'lgan e'tiborning ortish tavsiflari.
3	1960-1985 yy. – marketing davri	Muhitning nobarqarorligi va noaniqliligi; tashkilotlar faoliyatining davlat tomonidan tartibga solinishi; xizmatlar sohasining rivojlanishi; ITTKIning jadallashuvi; iste'molchilarning mahsulotga bo'lgan talablarining ortishi.
4	1990 yildan hozirgi davgacha rivojlangan iste'mol davri	Jamoatchilikning biznesga ijtimoiy muammolarni (ijtimoiy javobgarlik) hal etish borasidagi talablarining ortishi; konyumerizm.

Ushbu paydo bo'lish va foydalanish bozorda faoliyat yuritishni boshqarish tizimini takomillashtirish zaruriyatidan kelib chiqqan. Bozor ta'limi bozor iqtisodiyoti talablariga mos kelishi zarur. Ta'lim bozori O'zbekiston uchun juda muhim hisoblanadi, sababi mustaqillikkacha bo'lgan vaqtda insonlar ongida bozorga qarshi fikrlar shakllangan. Bozor iqtisodiyotiga muqobillar yo'q, aynan bozor inson hayotining barcha sohalariga kirib borib uni aniqlaydi. Bugungi kunda mutaxassislar orasida ta'limda marketing tushunchasini umumiy tan olingan iborasi yo'q.

Ta'lim marketingining kompleks konsepsiyasini birinchi bo'lib 1980 yilda GFRda V.Zarges va F.Xeberlin tomonidan taklif etilgan. Ular ta'lim

marketingining nafaqat iqtisodiy balki ahloqiy tomonlarini ham umumlashtirishga harakat qilishgan. Ularning fikricha, ta'lim marketingini malakaning ishlab chiqarishni oshirish uchun ishlab chiqilgan xizmatlar marketingi sifatida ko'rish zarur. Bugungi kunda olimlar tomonidan ta'lim marketingning ikkita turi taklif etiladi:

ta'lim xizmatiga yo'naltirilgan marketing - ta'lim muassasi faoliyati yangi ta'lim xizmatlarini yaratishga yoki mavjudlarini takomillashtirishga qaratilgan;

iste'molchiga yo'naltirilgan marketing - ta'lim muassasining faoliyati bozor ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan, bozor "o'rni"ni o'rganishni talab etadi.

Rivojlangan bozor munosabatlari mavjud mamlakatda marketing faoliyatining turli sub'ektlariga tarqalishi ma'lum bir qonuniyatlarga ega bo'ladi – tarmoqqa xos: marketingni qo'llash ishlab chiqarish sohasidan boshlanadi, keyinchalik esa sinalgan dastaklar xizmatlar sohasiga joriy etiladi. Marketing faoliyatini hozirgi davrda bozor faoliyatining turli sub'ektlari amalga oshirishadi: xizmatlar sohasidagi korxonalar va tashkilotlar, amaliyotga - yo'naltirilgan tuzilmalar, notijorat tashkilotlari, ta'lim muassasalari va tibbiyot muassasalari, ayrim shaxslar va h.k.lar.

O'zbekistonda marketing jarayonini faol joriy etish va aholining yangi bozor mentalitetini shakllantirish o'tgan asrning 90 yillaridan boshida paydo bo'la boshladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida bozor ta'limi bir-biriga mos kelishi lozim. Bozor ta'limi xususan, sobiq sotsialistik tizimdan chiqqan bizning respublikamiz kabi mamalakatlar aholisi uchun muhim hisoblanadi. Sababi, bizda ko'p yillar davomida mulkchilikka va bozor qonunlariga aholida nafrat bilan qarash g'oyasi shakllangan.

Shuni alohida ta'kidlash zarurki, bozor iqtisodiyotining hozircha muqobili yo'q, lekin aynan bozor insonlar hayotining barcha sohlariga kirgan tarzda hayot mezonini belgilaydi.

Ta'limga bo'lgan zamonaviy talablarni aniqlovchi muhim omillar nimalardan iborat? Avvalo - yangi oltinchi texnologik ukladga o'tish. Zamonaviy beshinchi texnologik ukladning ustuvorliklari telekommunikatsiyalar, internet va elektronika bo'lgan. Yangi texnologik uklad o'zida biotexnologiyaga, nanotexnologiyaga, sun'iy intellektga yo'naltirilganlikni oladi, shuningdek, bunda insonga qo'yilma asosiy rol o'ynaydi. Ushbu uklad yangi darajadagi ta'lim tizimini o'zida namoyon etadi. Bu yerda gap sivilizatsiya rivojlanishining yangi fazasi - axborot sivilizatsiyasi fazasi haqida bormoqda.

Asosiysi kelajakda axborotlarni yaratish, to'plash va transformatsiyalash (o'tkazish)ni rivojlantirish tizimi, ya'ni ta'lim tizimi hisoblanadi. Ba'zi olimlarning ta'kidlashlaricha, juda yaqin kelajakda jahonning oltinchi texnologik

ukladga o'tishi - 2020 yillarda ro'y beradi. Ushbu rivojlanishdagi sifatliy sakrash jiddiy oqibatlarni keltirib chiqaradi. Ishlab chiqarish samaradorligi va mehnat unumdorligi keskin o'sadi, xomashayoga, energiya va ishchi kuchiga bo'lgan talab shunchalik pasayadi. Eski sanoat tarmoqlarida ishlovchi millionlab kishilar keraksiz bo'lib qoladi. Aynan ta'lim bunday sharoitlarda kishilarga, oltinchi texnologik ukhad sharoitida kerak bo'ladigan yangi kompetensiyalarni bera oladi. Ta'limga bo'lgan yangi talablarni aniqlovchi ikkinchi omil bu innovatsion iqtisodiyotning rivojlanishi hisoblanadi. Bu iqtisodiyot oxirgi 300 yildagi an'anaviy iqtisodiyotdan tubdan farq etadigan yangi turdagi iqtisodiyot hisoblanadi. Xususan, iqtisodiy resurslar to'g'risidagi tasavvurlar o'zgaradi.

Klassik iqtisodiyot nazariyasi mehnat, kapital, yer va tadbirkorlikni resurs deb hisoblaydi. Innovatsion iqtisodiyot sharoitida vaziyat boshqacha. So'z bu yerda mehnat to'g'risida emas, balki yuqori malakali xodim mehnati haqida boradi. Bugungi kunning o'zidayoq jamiyat va iqtisodiyotda hal qiluvchi rolni yangi turdagi – intellektual xodimlar (intellectual employees) o'ynamoqda. Hattoki eng zo'r kompaniyalarda ham ular kamchilik (12-15 foiz)ni tashkil etishib, ammo aynan shularning mehnatidan globallashuv sharoitida kompaniyalarning nafaqat raqobatbardoshligi, balki ularning faoliyat yuritishi bog'liq bo'lib bormoqda. Bugun innovatsion iqtisodiyotdagi resurs - bu g'oya. G'oya-bu eng asosiy resurs. Innovatsion iqtisodiyot sharoitida mehnat va kapital faqat g'oya paydo bo'lgandan keyingina namoyon bo'ladi. Masalan, avvalo uyali (mobil) aloqa g'oyasi paydo bo'lgan, keyinchalik ushbu g'oyani real uyali telefonga aylantiradigan ishlab chiqarish yaratilgan. Innovatsion iqtisodiyot rivojlanishining asosiy sharti intellektual resurslar ta'lim tizimi va ilmiy baza hisoblanadi. Oldingi davrlarda ko'pgina faylasuflar tomonidan jamiyatning oliy maqsadi borasida shaxsning rivojlanishi (nafaqat ta'lim berish, qayta o'qitish, malakasini oshirish) ta'kidlangan.

Hozirgi kunda esa bu haqda amaliyotchilar gapirishmoqda. Masalan, bu borada "Faqatgina har tomonlama ta'lim olgan shaxsni shakllantirish bilan hamohang bo'lgan tarbiya va ta'lim orqaligina bizning jamiyatimiz uchun haqiqiy kapital yaratiladi" – deb, yozadi BMW (Germaniya) avtomobil konsernining sobiq prezidenti E.fon Kyunxaym. Va ta'kidlaydi: faqatgina ushbu uchta yaxlit vazifani amalga oshirishgina Germaniyaning jahonning yetakchi industrial mamlakatlari guruhidagi pozitsiyasini saqlab qoladi (1996 yil). Germaniyada hozircha Eberxard fon Kyunxaymni eshitishayotganligi yo'q. Mamlakatda "tarbiya-ta'lim-shaxsni shakllantirish" uchtaligining muhimligini yetarlicha baholashmayapti. Natijada, bugungi kunda nemis OTMlari bitiruvchilarining tayyorgarlik sifati innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish talablariga javob bermayapti. Germaniya OTMlarida tayyorlash darajasi juda past: xalqaro Pisa-Stubien tadqiqotlari natijalari bo'yicha

jahonda 32-o'ringa turadi. Bunday holatlarni jahonning ko'piga mamlakatlari ta'lim sifati to'g'risida ham gapirish mumkin. Muvaffaqiyatli rivojlanayotgan yangi ta'lim modeliga Xitoyni misol qilish mumkin. Aynan ta'lim darajasi mamlakat iqtisodiyoti oldidagi yangi vazifani ilgari surishga imkon berdi. 2010 yildagi xalq vakillarining Umumxitoy yig'ilishida vazifa qo'yildi: "xitoy yig'uv ishlab chiqarishdan" "xitoy ijodiyoti"ga o'tish ya'ni, o'z brendlarini yaratish, xususiy innovatsiyalarni rivojlantirish. Xitoyda ilmga ajaratilgan xarajatlar oxirgi 10-12 yil davomida yiliga 20 foizdan ortiq o'sib bormoqda. Mamlakat rahbariyati tomonidan qo'yilgan maqsadga ko'ra: 2020 yilda Xitoy OTMLari dunyoning eng zo'r o'ntalik ta'lim muassasalari qatoriga kirishi lozim. Bugungi kunda dunyoning eng zo'r 100 ta yetakchi universitetlari ro'yxatida Xitoy 30 pozitsiyani egallaydi. Davlat OTMLarga juda katta mablag'lar sarflaydi o'rtacha Xitoy institutining budjeti 120 mln. dollarni, yirik XXR universitetlarining budjeti esa bundan 2-2,5 barabar yuqori.

Ta'lim xizmatlarining o'ziga xosliklarini to'liq bayon etish uchun ta'lim xizmatlarining tavsifiy va o'ziga xos qirralarini oldi-sotdi ob'ekti sifatida qarash zarur bo'ladi. Boshqa xizmatlar turlari kabi ta'lim xizmatlari to'qqizta asosiy tavsiflarga ega bo'ladi:

- 1) xaridorlar xizmatlar egalariga aylanishadi;
- 2) anglab yetmaslik;
- 3) iste'molchilarning ta'lim jarayoniga jalb etilganligi;
- 4) ta'lim muassasalari xodimlari va iste'molchilar xizmatlarning ajralmas qismlari hisoblanishadi;
- 5) ta'limda foydalaniladigan resurslar va olinadigan natijalarning doimiy sifatini ta'minlash imkoniyatining yo'qligi;
- 6) iste'molchilarning xizmatlar sifatini baholashlarining murakkabligi;
- 7) zaxiralarni yaratish imkoniyatining yo'qligi;
- 8) vaqtinchalik omilning muhimligi;
- 9) xizmatlarni taqdim etish tizimlari ham elektron, ham jismoniy kanalalar orqali ta'sir etishi mumkin.

Ta'lim xizmatlari sanab o'tilgan umumiy tavsiflardan tashqari, faqat o'ziga xos bo'lgan maxsus tavsiflarga ham ega. Biz ta'lim xizmatlarining asosiy atributlarini oldi-sotdi ob'ekti sifatida izohlashimiz mumkin (3.1.2-jadval).

Shu sababli ta'lim muassasining asosiy mahsuloti – bu amaldagi ta'lim standartlari asosida ishlab chiqiladigan ta'lim dasturlari bo'lib, u o'z ichiga .

3.1.2-jadval.

Ta'lim xizmatlarining oldi-sotdi ob'ekti sifatidagi o'ziga xos jihatlari.

O'ziga xosliklarning nomlanishi	O'ziga xosliklar tavsifi
Xaridorlar xizmatlarning egalari bo'lishmaydi	Xizmatlarni sotish – bu bilimni berish va olish jarayoni, lekin iste'molchi hech qachon o'qituvchining bilimlari hajmiga ega bo'la olmaydi
Anglamlaslik	Ta'limning natijasi qanday bo'lishini oldindan bilib bo'lmaydi
Iste'molchilarning ishlab chiqarish jarayoniga yuqori darajada jalb etilganligi	O'quv materialini o'zlashtirish ta'lim oluvchining qobiliyati va mehnatga qodirligiga bog'liq bo'ladi.
Tashkilot xodimlari va iste'molchilari xizmatlarning ajralmas qismi hisoblanishadi	Bilimni o'zlashtirish manbadan(o'qituvchi, kompyuter o'quv dasturlari, o'quv qo'llanma va h..klar)dan ajralmagan
Foydaniladigan resurslar va olinadigan natijalarning doimiy sifatini ta'minlash imkonining yo'qligi	Ham ta'lim beruvchi va ham ta'lim oluvchining psixologik va boshqa shaxsiy o'ziga xosliklari oraqli aniqlanadi. Ta'lim xizmatlarining har bir iste'molchisi alohida o'ziga xos shaxs, o'quv materialini bir xilda o'zlashtirishning iloji yo'q.
Iste'molchilar uchun xizmatlar sifatini baholash qiyin	Xizmat ko'rsatish natijalari ish jarayonlari va iste'molchi hayotiy faoliyatida namoyon bo'ladi.
Zaxiralarni yaratishning imkoni yo'q	Bilimlar tezda eskiradi va esdan chiqadi
Vaqtinchalik omilning muhimligi	Xizmatlar ko'rsatish ma'lumotlari o'zida bir martalik akti emas, balki vaqti-vaqti bilan amalga oshiriladigan jarayon hisoblanadi
Xizmatlarni taqdim etish tizimlari ham elektron va jismoniy kanallar sifatida ham amalga oshirilishi mumkin	O'quv mashg'ulotlari ham auditoriyalarda va uyda internet orqali olib borilishi mumkin.
Dualizm	Ikkita iste'molchi: ta'lim oluvchi va ota-ona
Iste'molchiga ta'sir etish tavsifi va mexanizmi	Ta'lim xizmati iste'molchining o'zini o'zgartiradi, u orqali esa butun jamiyatni

Xizmat qiymatining nisbatan yuqorili	Mazkur xizmatlar tannarxida intellektual xarajatlar solishtirma ulushining kattaligi
Ta'lim sifati va qiymatining ta'lim xizmatlarini ko'rsatuvchi muassasasining joylashgan hududga bog'liqligi	Markaziy hududlarda ta'lim xizmatlari chekka hududlarga nisbatan narxi va sifati bo'yicha assortimentining keng diversifikatsiyasiga ega bo'ladi. Ta'lim xizmatlari odatda markazda nisbatan qimmat bo'ladi.

O'quv reja, o'quv kurslari, fanlar(modul)ning ishchi dasturlari, kalendar o'quv grafigi va uslubiy materiallarni, mos ta'lim texnologiyalarini amalga oshirishni ta'minlashni oladi. Xizmatning mazkur komponenti nafaqat asosiy mahsulotning qanday yo'llar bilan iste'molchiga yetkazilishi ko'rsatadi, balki iste'molchining ushbu jarayondagi rolini, mazkur xizmatni ko'satish samaradorligi darajasini va tavsifini aniqlaydi.

Yanada aniqroq qilib bayon etiladigan bo'lsa, ta'lim xizmatlarini tashkil etuvchilarga quyidagilarni kiritish mumkin: ta'lim dasturi va ta'lim jarayoni grafigi (o'quv reja, jadval); o'qituvchilar tarkibining bilim va malakasi; ta'lim jarayonida qatnashuvchilarning talab darajasida ta'lim dasturlarini o'zlashtirish borasidagi qobiliyatlari va xohish-istaklari.

Shunday qilib, **ta'limda marketing** – bu budjetdan tashqari mablag'larni jalb qilish bo'yicha faoliyatning eng muhim yo'nalishlaridan biri. Marketingda ham boshqa amaliy fanlardek va iqtisodiy faoliyat sohasidagi kabi mufassallik aniq dalillar katta ahamiyat kasb etadi.

Bular ko'pincha xal qiluvchi omilga aylanadi, lekin odatdagi tushunchaga ko'ra ular «ortiqcha» hisoblanadi. Ta'lim xizmatlari marketingi fanning ta'lim xizmatlarini ishlab chiqaruvchi, takdim qiluvchi, iste'mol etuvchi **ta'lim xizmatlari bozori sub'ektlari**: ta'lim muassasalari, kadrlar iste'molchilari-korxonalar, ta'lim oluvchilar, vositachi tashkilotlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar strategiyasi va taktikasini shakllantiruvchi va o'rganuvchi sohasidir. Ta'lim insonning bilim, malaka, ko'nikmalar tizimi ko'rinishidagi avlodlar tajribasini o'zlashtirishga qaratilgan maqsadli jarayondir.

3.2. Oliy ta'lim muassasalarida ta'lim xizmati marketing faoliyatini strategik rejalashtirish.

Hozirgi vaqtda OTM faoliyati aniqlanadigan missiyadan farqli o'laroq kelajakni ko'rishda kelgusi faoliyatda istalayotgan holat bo'ladi. OTM uchun strategik maqsadlar bo'lib ta'lim xizmatlari bozorida o'z o'rnini mustahkamlash va o'zining raqobatbardoshligini oshirishga imkon beradigan maqsadlar hisoblanadi.

OTMlarning strategik maqsadlari misol bo'lib:

davlat(mintaqa)ning oliy malakali mutaxassislarni tayyorlashga bo'lgan ehtiyojlari qondirish;

ayrim fiqaro(korxonalar, tashkilot)ning ta'lim xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish; OTMning mintaqalar, mamlakat ta'lim tizimidagi pozitsiyasini saqlab qolish;

OTMning o'quv va ilmiy maktablarini saqlab qolish va rivojlantirish;

Moddiy-texnik bazani rivojlantirish;

Bitiruvchilarni tayyorlash sifatini oshirish;

OTMning ITI va biznes hamjamiyatlari bilan integratsiyasi.

Fikrimizcha, yuqorida sanab o'tilgan strategik maqsadlarni OTMlarning o'zgaruvchan shart-sharoitlardagi faliyat yuritishlarini e'tiborga olgan holda aniqlashtirish va to'ldirish talab etiladi

Demak, yuqorida birinchi sanab o'tilgan maqsadlarni quyidagi tarzda namoyon etish mumkin:

- oliy malakali mutaxassislarni tayyorlash borasidagi davlat(mintaqa) ehtiyojlarini qondirish talabi ham tayyorlash sifati ham tayyorlangan mutaxassislar miqdori bo'yicha amalga oshirilishi;

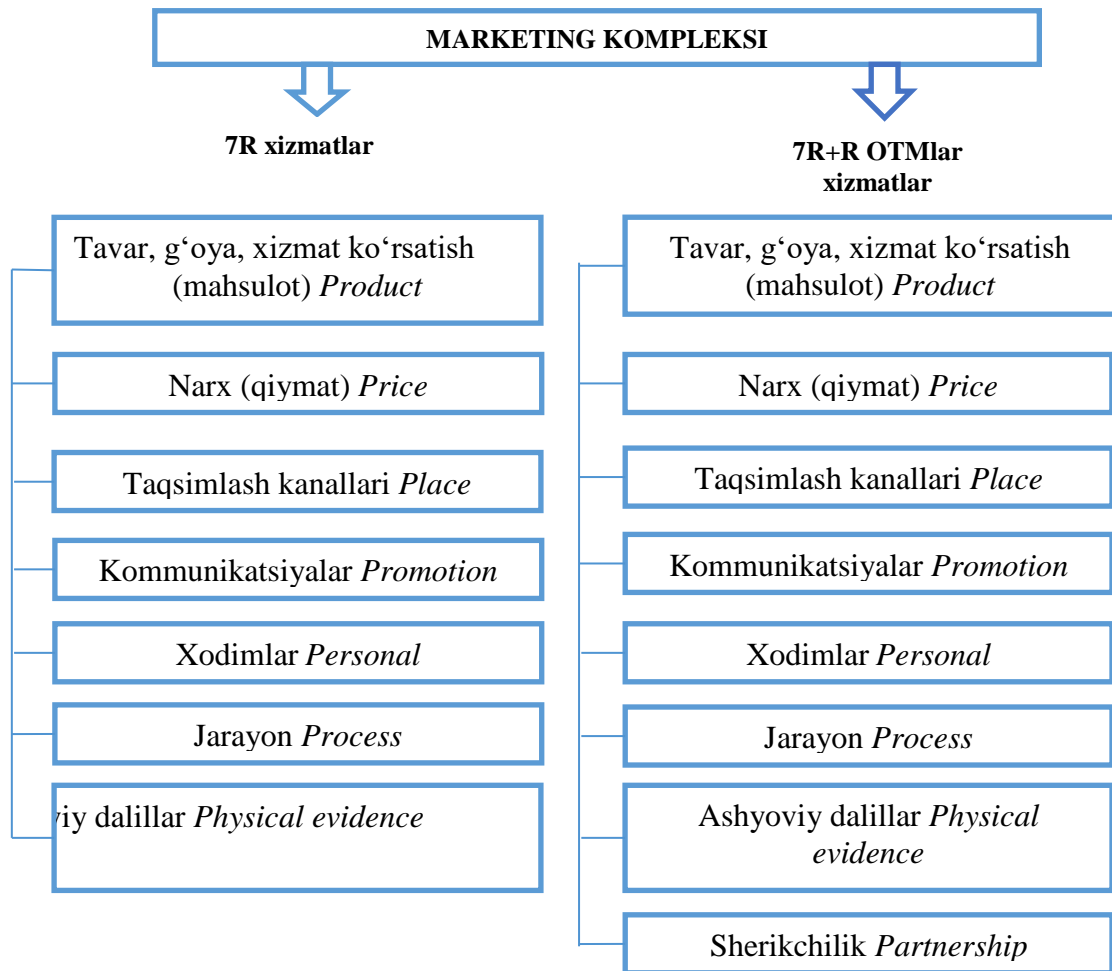
- bitiruvchilarni tayyorlash sifatini oshirish maqsadi quyidagi tarzda to'ldirilishi lozim: ta'limda kompetentli yodashuvni amalga oshirish asosida bitiruvchilarni tayyorlash sifatini oshirish.

Bunda asosiy diqqat-e'tiborga oxirgi maqsad loyiq bo'lib, yangi iqtisodiy sharoitda ta'lim xizmatlarini ko'rsatish bo'yicha OTMning potensial iste'molchilari talablariga va imkoniyatlariga mos mexanizm hisoblanadigan integratsiyaning emas, balki davlat-xususiy sherikchiligi asosidagi integratsiyaning ahamiyati ortadi.

Bu o'z navbatida «7R» plus «R» modelini tashkil etuvchi marketing elementlari bo'yicha OTMning kengaytirilgan marketing strategiyasini ishlab chiqish zaruriyatini keltirib chiqaradi.

3.2.1-rasmda xizmatlar uchun 7R klassik modeli va OTMlar tomonidan mintaqalar va mamlakatlarga ko'rsatadigan kengaytirilgan xizmatlar modeli keltirilgan.

Bilimlar iqtisodiyotiga o'tish sharoitida OTM strategiyasini shakllantirishda OTM strategiyasini tashkil etuvchi yuqorida sanab o'tilgan barcha elementlar bo'yicha qaror qabul qilish kerak bo'ladi.



3.2.1-rasm. «7R» Marketing kompleksining amaldagi modeli va «7R+R» marketing kompleksi.

Tashqi muhit ta'sirini e'tiborga oladigan aniq-ravshan shakllangan OTM strategiyasi o'zgaruvchan xo'jalik yuritish sharoitida o'z faoliyatini samarali amalga oshirishga, mintaqada va umuman mamalkatda bilimlar iqtisodiyotini shakllantirish uchun asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Tadqiqotlarning ko'rsatishicha ta'lim muassasalarining marketingga mo'ljall olishga o'tishi qo'shimcha resurslarni jalb etmagan holda ularning natijaviy ko'rsatkichlarini sezilarli darajada oshirishga imkon beradi.⁷¹

Shuningdek, muqobil rivojlanishi uchun shart-sharoitlar yaratadi va shu bilan birga faoliyatidagi noto'g'ri strategiyadan kelishi mumkin bo'lgan yo'qotishlarning oldini oladi. Bugungi kunda mehnat bozorlari va ta'lim xizmatlari uchun mazkur muammo nihoyatda dolzarb hisoblandi, sababi ular taklifning talabdan oshishini tavsiflovchi rivojlanish fazasiga o'tishdi. Shu sababli barcha bozor operatorlarining marketingni ko'proq joriy etish zaruriyati ortib bormoqda.

⁷¹ Ватагина М.В. Стратегические направления в развитии маркетинговой деятельности вузов// Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России №2(42)2009. С.113.

Amalda marketing yondashuvining rivojlanishi va joriy etilishi zamonaviy oliy ta'lim muassasasidan strategiyani o'zlashtirishni, marketing taktikasi va usullarini, faoliyat yuritishning mos keladigan dastaklarini ishlab chiqishni talab etadi.

Mazkur sohada xorijiy amaliyotda to'plangan dastlabki ilmiy tajribalarni umumlashtirgan holda ta'lim sohasida marketingning strategik rivojlanishining quyidagi tamoyillarini shakllantirish mumkin:

- barcha bozor sub'ektlari (ularning o'zaro xatti-harakatlari va shu asosda muvofiqlashuvi)ga marketing tizimini kiritish;

- ish beruvchiga maksimal mo'ljal olish bilan talab va taklif kelishuvi mexanizmini yo'lga qo'yish;

- yosh mutaxassislar va ta'lim tizimi manfaatlarini (kasbiy-malakaviy, iqtisodiy, ijtimoiy) maksimal darajada hisobga olgan tarzda marketing strategiyasi va taktikasini amalga oshirish;

- bozorning barcha segmentlari va uning barcha sub'ektlari orasidagi operativ teskari aloqalarning axborot bilan to'liq qamrab olinishini ta'minlash;

- joriy vaqtdagi samarali ishlash usullari bilan istiqboldagi usullarga mos kelishiga mo'ljal olish.

Yuqorida keltirib o'tilgan tamoyillardan kelib chiqib shuni ta'kidlash mumkinki, ta'lim muassasining marketingini sub'ektga bozordagi holatni, mutaxassislar tayyorlash va mutaxassislarni ish bilan joylashtirish sohasidagi o'zgarish tendensiyalarini baholashga va asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilishga imkon beradigan faoliyat tizimi sifatida qarash mumkin.

Hozirgi davrda OTMlar ish yuritishi amaliyotining ko'rsatishicha, ular faoliyatining yo'lga qo'yilishi marketing yondashuvidan ancha yiroqda yoki bo'lmasa ko'p holatlarda bu soha faoliyati bozor munosabatlari tizimiga to'laligiga kirmagan.

Umuman olganda, oliy ta'lim muassasida strategik marketing qo'yidagi yo'nalishlar bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirishni o'z ichiga olishi lozim:

OTMning marketing dasturlarini ishlab chiqish va uning faoliyatini marketingga mo'ljal olish bilan qayta tashkil etish.

Turli darajadagi malakali mutaxassislarni tayyorlovchi o'quv muassasining barqaror va har tomonlama foydali shartnomaviy munosabatlarni shakllantirish, bo'lg'usi mutaxassislarni amaliyotga jalb etish, korxonaning aniq bir muammolari bo'yicha kurs loyihalarini va diplom ishlarini bajarishni yo'lga qo'yish orqali kadrlar tayyorlash jarayonida korxonalarining faol ishtirokini ta'minlash.

Klassik marketingda ishlab chiqilgan etalon yondashuvga mos holda oliy kasbiy ta'lim muassasalarida konsentrlashgan (birlashgan), integrallashgan yoki diversifikatsiyalangan strategiyalar amalga oshiriladi (3.2.2-javdal).

Korxonada faoliyatining konkret shart-sharoitiga moslashgan raqobatbardosh mutaxassis modelini ishlab chiqish, bu o'z navbatida marketing faoliyatida baholash mezonlari va motivatsiyasini yaxshi anglashga, shuningdek, kadrlar menejmenti sohasida o'z tasavvurlari va xatti – harakatlarining to'g'riligini tekshirishga, bo'lishi mumkin bo'lgan oqibatlar va natijalarni oldindan aytishga imkon beradi.

3.2.2-jadval.

Oliy kasbiy ta'lim muassasalarida qo'llaniladigan o'sishning marketing strategiyasi.

Strategiya nomi		Amalga oshirish usullari
Konsentrlashgan	Bozordagi o'rnini kuchaytirish strategiyasi	Ta'lim xizmatlari bozoridagi ulushni oshirish, yangi iste'molchilarni jalb etish, madjud(o'zlashtirilgan) segmentlarda yangi imkoniyatlarni izlash, reklama chora-tadbirlarini faollashtirish
	Bozorni rivojlantirish strategiyasi	Mavjud xizmatlar potfeli bilan yangi iste'mol segmentlariga va yangi hududiy bozorlarga chiqish
	Xizmatlarni rivojlantirish strategiyasi	Xizmatlar portfelini modifikatsiyalash, yangi dasturlarni izlash, yangi ta'lim shakllari va usullarini qo'llash, ta'lim xizmatlarining funktsionalligi va universalligini oshirish, sifat menejmentini joriy etish
Integrallashgan o'sish	Teskari vertikal integratsiya strategiyasi	Maktab, litsey, kollejlardan bilan bevosita hamkorlikni amalga oshirish. Individual iste'molchilar va tashkilotlar uchun qo'shimcha ta'lim xizmatlarini amalga oshirish imkoniyatlarini izlash
	Oldinga yuruvchi vertikal integratsiya strategiyasi	Bitiruvchilarni keyinchalik ish bilan ta'minlash maqsadida korxonada ish beruvchilar, davlat tuzilmalari, kadrlar markazlari bilan hamkorlik munosabatlarini yo'lga qo'yish
	Gorizontal integratsiya strategiyasi	Qo'shma dasturlarni va mutaxassislarni tayyorlash, xorijiy ta'lim muassasalari bilan stajirovka, talabalar almashinuvini

		tashkil etish borasida hamkorlikni yo‘lga qo‘yish maqsadida raqobatchilar, boshqa ta‘lim muassasalari bilan birlashish hisobiga bozor ulushini oshirish
Diversifikatsiya	Markazlashgan diversifikatsiya strategiyasi	Mavjud kasbiy mutaxassislar(turdosh sohalarda diversifikatsiyalash) bazasida yangi ta‘lim yo‘nalishlarini ochish
	Konklomerat divesifikatsiyalash strategiyasi	Faoliyatning mutlaqo yangi yo‘nalishlar va xizmatlar, dasturlar turlari va bozorlar turlari (notarmoq sohalarda diversifikatsiyalash) bo‘yicha o‘zlashtirish

Umumiy tarzda strategik marketingni rejalashtirishni tashkilot rivojlanishining bosh yo‘lini ishlab chiqishning davriy jarayoni sifatida qarash mumkin. Strategik rejalashtirish jarayonida uning faoliyatining bir muncha istiqbolli yo‘nalishlari aniqlanadi.

Strategik rejalashtirish tashkiliy faoliyatning tashqi muhitdagi o‘zgaruvchan sharoitga moslashishiga va yangi imkoniyatlardan naf ko‘rishiga yo‘naltirilgan. Strategik rejalashtirish roli tashkilotni uning barqaror o‘shini ta‘minlashga jalb etadigan imkoniyatlarga mo‘ljall olishga yo‘naltirishdan iborat.

3.3. Benchmarkingning oliy ta‘limda ta‘lim sifatini oshirishdagi o‘rni.

Bugungi kunda butun dunyoda ta‘lim sohasida ro‘y berayotgan o‘zgaruvchan vaziyat sharoitida mahalliy OTMlarimiz qator kamchiliklarga ega, ularni quyidagicha keltirish mumkin:

- konservativ, passiv, bir xil korporativ madaniyat;
- tashqi muhtdagi o‘zgarishlarga juda sekin moslashuvchanlik;
- yangi buyurtmachilar uchun past jozibadorlik;
- “investorlar” uchun past jozibadorlik.

Yuqoridagi mazkur muammolarni OTMlarda hal etish uchun faqatgina xorijiy OTMlarning ijobiy va muvaffaqiyatli tajribalaridan foydalangan holda qayta tashkil etish (reorganizatsiya) va boshqa yangiliklarni joriy etish lozim.

OTMlar boshqa tarmoq va sohalardagi muvaffaqiyatli faoliyat yuritishni xohlagan tashkilotlar kabi o‘z xizmatlarini takomillashtirishga, ularni bir muncha muhim, zamonaviy, talabi yuqori bo‘lgan tovorlarga aylantirishga intilishlari lozim. Bunda bechmarking yordam berishi kerak.

Benchmarking (ingl. Benchmarking) – bu o‘z tashkiloti (o‘z mamlakatida yoki xorijda faoliyat ko‘rsatayotgan tarmog‘iga yoki tarmoqqa taalluqligidan qat‘iy

nazar jarayonlari o'xshash tashkilotlardan) faoliyatini yaxshilash uchun boshqa tashkilotlarning ilg'or tajribasini o'rganish, amaliyotiga moslashish jarayoni. U teng darajada o'zida ikki jarayonni qamram oladi:

Odatda namuna sifatida tashkilotni o'zining xususiy mahsulotlari va ishlash usullarini takomillashtirishi mumkin bo'lgan usullarini aniqlash uchun boshqa shunga o'xshash sohalarda ishlaydigan bevosita raqobatchilar va tashkilotlar tomonidan qo'llaniladigan "eng zo'r" mahsulot va marketing jarayoni olinadi⁷².

Benchmarkingni strategik yo'naltirilgan marketing tadqiqotlarining yo'nalishlaridan biri sifatida qarash mumkin. Benchmarking shiori "Zo'rdan zo'rga".

Benchmarking usuli 1972 yilda Kembridjda strategik rejalashtirish Instituti tomonidan biznes samaradorligini baholash uchun ishlab chiqilgan.

Birinchi marta maqsadga yo'naltirilgan tarzda bechmarkingni Xerox kompaniyasi 1979 yildagi og'ir inqiroz davrida o'z xususiy xarajatlari tahlili va mahsulotlari sifatini yapon kompaniyalari bilan taqqoslashda qo'lladi.

Ta'lim sohasida benchmarkingni qo'llash nisbatan yaqinda boshlandi. Quyida oliy ta'lim sohasida benchmarkingdan foydalanish borasidagi bir nechta ta'riflarni ko'rib chiqamiz.

2002 yilda ENQA-Sifat kafolati Yevropa tarmog'i seminarida guruh bechmarkingga quyidagicha izoh berishgan: "Benchmarking – bu takomillashish maqsadida eng zo'r amaliyotlarni tanlash va moslashish, ishonch, tushunishni talab etadigan o'rganish jarayoni".

Kopengagen biznes-maktabi benchmarkingni "butun tashkilotni eng zo'r amaliyotlarni izlashga jalb etish: nafaqat, hammadan zo'r bajarishgan, balki bunga qanday erishilgan" usuli sifatida ta'riflaydi.

Sifatni ta'minlash bo'yicha Agentlik – (QAA-Buyukbritaniya) bechmarkingni boshqa rakursdan qaraydi: "Benchmarking – bu aniq darajada malaka mazmun-mohiyati va standartlarini ifodalaydigan, ya'ni daraja olishga olib boradigan dasturga kiritilgan predmet, professional hamjamiyat". Ushbu agentlik «Subject benchmark statements» deb nomlangan qator fan sohalari bo'yicha darajalar standartlari to'g'isidagi kutishlarni belgilovchi mezonlarni kiritgan. Ular fanning nima berishini, uning asoslanganligi va o'ziga xosligini va bitiruvchining mazkur fan sohasidagi tushunishi va malakasining rivojlanishi uchun zarur bo'ladigan qobiliyatlari va ko'nikmalarini ifodalaydilar.

Bizning respublikada bechmarking yangi hisoblanadi. U hali biznes sohasida ham yetarlicha rivojlanmagan bo'lib, ta'lim sohasida benchmarkingni o'zlashtirish borasida ayrim qadamlar tashlangan xolos.

⁷² Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы: учеб. пособие. М.: Новости, 2004. –с.18. 176 с.

Benchmarkingdan foydalangan OTMLar amalda nima olishlari mumkin degan savolga quyidagicha javob berish mumkin:

Birinchi, bu eng asosiysi “o‘zini yon tarafdin ko‘rish” - o‘zining kuchli va ojiz tomonlarini ob‘ektiv tahlil etish imkoniyatini beradi.

Ikkinchi, yetakchi - OTMLarni o‘rganishga yo‘naltirilganlik o‘z navbatida yetakchi qatorlarda bo‘lish uchun strategik mo‘ljal olishlarni aniqlashga yordam beradi.

Uchinchi, benchmarking ham o‘quv jarayonini tashkil etishda ham marketing xizmatlari sohasidagi yangi g‘oyalar bilan to‘qnash kelinadi.

To‘rtinchi, doimiy benchmarking raqobatchilarning “qo‘lining tomir urushini bilib turish” va shunga mos faolroq harakat qilishga imkon beradi.

Beshinchi, benchmarking raqobatchilar ko‘rsatkichlari tahlili asosida rejalashtirishga o‘tish imkoniyatini yaratgan holda erishilgan holatdan an‘anaviy strategik rejalashtirishga muqobillikni tanlashga imkon beradi.

Shunday qilib, benchmarking texnologiyasi butun sohani va raqobatchilarni tahlil etgan holda yagona strategiyani ishlab chiqishni namoyon qiladi.⁷³

Benchmarkingni amalda qo‘llash nuqti nazaridan to‘rtta ketma-ket xatti-harakatlarni keltirib o‘tish mumkin:

- 1) OTM faoliyatining o‘quv, ilmiy va innovatsion jarayonlarini boshqarishning o‘ziga xos detallarini anglash;
- 2) boshqa OTMLar faoliyatini tahlil etish;
- 3) boshqa OTMLar natijalarini tahlil etilayotgan OTM natijalari bilan taqqoslash;
- 4) farqni qisqartirish bo‘yicha kerakli o‘zgarishlarni joriy etish.

Shartli ravishda **benchmarking turlarini** quyidagi guruhlariga kiritish mumkin: **ichki** – xususiy institut bo‘linmalarini ishini taqqoslash, ilg‘or tajribalarni aniqlash va uni kengaytirish; **raqobatchili** – raqobatchi tashkilotlar bilan asosiy ko‘rsatkichlardagi farqlarni kuzatish va tahlil etish, ular tajribalarini o‘zlashtirish; **tarmoqlararo/umumiy** – OTMLarni turli kompaniya va tashkilotlar bilan ma‘lum bir parametrlari, funksiyalari, jarayonlari bo‘yicha taqqoslash.⁷⁴

Ichki benchmarking avvalo OTMda ichki tizimni ta‘minlash va monitoring uchun zarur.

Raqobatli benchmarking quyidagi savollarga javob berishga undaydi:

1. Biz boshqalar bilan taqqoslaganda qanday ishlayapmiz?
2. Biz nimaga intilishimiz kerak?
3. Kim buni hammadan yaxshi qiladi?

⁷³ . Алексунин В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб.пособие. – М.: Маркетинг, 2007. – с. 76.

⁷⁴ Алексунин В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб.пособие. – М.: Маркетинг, 2007. – с. 78.

4. Ular qanday qilib buni yaxshi qilishadi?

5. Biz qanday qilib boshqa OTMlar foydalanayotganlarni qo'llashimiz mumkin?

6. Biz qanday qilib eng zo'rlardan ham zo'r bo'lishimiz mumkin?

Tarmoqlararo yoki umumiy bechmarkingda OTMni ma'lum bir funksiyalarda yoki boshqa kompaniyalar yoki tashkilotlar bilan nima birlashtirishini topish kerak, keyin esa zaruriyat bo'landa eng foydalisini qo'llash "to'qnashish nuqtasi" taqqoslash kerak bo'ladi.

Benchmarkingni amalga oshirish texnologiyasi o'zida quyidagi ketma-ket bosqichlarni namoyon qiladi.

3.4. OTMlar reytingi va tashqi omillar.

Reyting hayotning ko'pgina sohalarida, masalan iqtisodiyotda, sotsiumda, sportda ahamiyati ortib borayotgan ko'rsatkich bo'lib innovatsion jarayonni rag'batlantirishga imkon beradi.

Ammo jamiyat reytinglar bo'yicha ta'lim sifati past bo'lganda yuqori bo'lishi uchun uni moliyaviy qo'llab-quvvatlashni taqsimlashga intiladi.

Odatda OTMlarni reyting bo'yicha ranjirlash (ketma-ketlik) quyidagi mezonlar bo'yicha olib boriladi:

- ta'lim berish darajasi;
- xalqaro integratsiya darajasi;
- resurs ta'minoti(shu jumladan innovatsion infratuzilma);
- OTMning abituriyentlar orasidagi nufuzi;
- OTM bitiruvchilarining ish beruvchilar tomonidan talab etiluvchanligi;
- OTMning biznes vakillari, sanoat sektori, ilmiy-tadqiqot muassasalari bilan

hamkorlik tizimining rivojlanish darajasi.

MDH mamlakatlari oliy ta'lim muassasalarining reytingini aniqlash masalasi 2001 yildan boshlanib ularning reytingi nashr ettiriladigan bo'ldi.

THE-QS reytingi har yili QS Quacquarelli Symonds deb nomlangan ingliz kompaniyasi tomonidan tuziladi va uning ilovasi Times Higher Education nashr ettiriladi. Bunda olimlar tomonidan qaysi universitetlar mamlakat ichida va uning tashqarisida eng zo'r db hisoblashishlari bo'yicha anketalar orqali aniqlanadi (masalan, 2008 yilda 6500 atrofidagi kishilar o'z javoblarini jo'natishgan).

Bundan tashqari jahonning yirik kompaniyalarining ham fikrlari e'tiborga olinadi, ya'ni ular qaysi oliy ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini ishga olishni xohlashlari, talabalar va o'qituvchilar nisbati, xorijiy talabalar ulushi va h.k.lar.

Shunday qilib, reting to'laligicha jamoatchilik hamda biznes ekspertlarining fikri bo'yicha aniqlanadi.

Barcha QS bo'yicha universitetlar reytingiga va THE WURning reputatsiya

reytingiga kirish uchun kurashishadi. An'anaviy ravishda reytingga faqatgina ko'p darajadagi talabalarni tayyorlaydigan va ilmiy jurnallarda yuqori havola(sitalanganlik)ga ega bo'lgan OTMlarga kirishadi.

3.4.1-jadval.

Quacquarelli Symond (QS).

Indikatorlar		Salmog'i
1	Akademik reputatsiya(academic reputation)	40 %
2	Ish beruvchi reputatsiyasi(employer reputation)	10 %
3	Universitet xodimlari ilmiy ishlarining sitalanganligi(citations per faculty)	20 %
4	Universitet talabalari nisbati(faculty student ratio)	20 %
5	Xorijiy talabalar bilan nisbati(proportion of international students)	5 %
6	Xorijiy o'qituvchilar nisbati(Proportion of International faculty)	5 %

QS bo'yicha baholashning asosiy mezonlari quyidagicha (3.4.1-jadval):

- 1) ilmiy tadqiqotlar sohasidagi nufuzi(avtoriteti) (salmog'i 0,4);
- 2) o'qituvchilar tarkibining talabalar soniga nisbati (salmog'i 0,2);
- 3) ish beruvchilar orasidagi obro'si(reputatsiyasi) (salmog'i 0,1);
- 4) satatalanganlik indeksi (salmog'i 0,2);
- 5) xorijiy talabalar ulushi (salmog'i 0,05);
- 6) xorijiy o'qituvchilar ulushi (salmog'i 0,05).

Xalqaro reyting turlari va ularning indikatorlarini ko'rib chiqamiz.

QS reytingi mezonlarini baholash(yuqoridagi jadval)da ta'lim sifati bilan yaqindan aloqada bo'lgani 2-mezon – ish beruvchilar reputatsiyasi bo'lsa, eng munozaralisi 1 indikator – akademik reputatsiya hisoblanadi, sababi u fan namoyondalari fikrlari asosida tuzilib sub'ektiv tavsifga ega bo'lgan tarzda, reytingga katta ishonch bilan qarashga salbiy ta'sir etadi.

Shanxay reytingi jahon hamjamiyatida bir muncha tanqid qilinadigan reyting tizimi hisoblanadi, sababi bunda ko'p sonli nobel laureatlariga ma'ruzalarni olib borish uchun oldin mukofotga ega bo'lgan fan namoyondalarini taklif etish yo'li

orqali ham erishish mumkin, ammo ushbu indikator hisobiga ta'lim muassasining reytingi oshadi, natijada boshqa indikatorlar ham munozaralari bo'lib qoladi.

3.4.2-jadval.

Shanghai Ranking TOP – 500 reytingi.

№	Indikatorlar	Salmog'i
1	Bitiruvchilar orasida nobel mukofoti laureatlari, shuningdek, mukofotlar va medallar sovrindorlari mavjudligi va soni	10 %
2	O'qituvchilar orasida nobel mukofoti laureatlari, shuningdek, mukofotlar va medallar sovrindorlari mavjudligi va soni	20 %
3	Olimlarning 20 ta asosiy fanlar kategoriyalari bo'yicha sitatalanganligi	20 %
4	Ilmiy-tadqiqotlar, natijalar – Nature da nashr ettirilganlarning mavjudligi	20 %
5	Tabiiy-ilmiy va ijtimoiy fanlar bo'yicha nashrlar (Science Citation Index-expanded, Social Science Citation Index)	20 %
6	OTM akademik darajasining uning ko'lamiga nisbatan proporsiyasi	10 %

3.4.3-jadval.

Times Higher Education (THE) World University Ranking reytingi.

Umumiy ulushi	Indikatorlar	Salmog'i
2,5 %	Iqtisodiy faollik/ Innovatsiyalar	
	Tadqiqotlar, sanoatdan kelgan daromadlar	2,5 %
7,5	Xalqaro prognoz	
	Xalqaro va ichki personal nisbati	2,5 %
	Xalqaro va mamlakat talabalari nisbati	2,5 %
	Xalqaro hammualliflar bilan nashr ettirilgan ishlar ulushi	2,5 %
30 %	Ta'lim o'quv muhiti	
	Reputatsiya(so'rovnoma)	15 %
	Doktorlik darajasiga egalarning professor-o'qituvchilar tarkibiga nisbatani	6 %
	Professor-o'qituvchilar tarkibiga nisbatan magistrantlarning nisbati	4,5 %
	Bakalavrlilik darajalarining doktorlik darajalariga nisbati	2,25 %
	Bitta akademik xodim daromadi	2,25 %
30 %	Tadqiqot: hajmi, daromad va reputatsiya	
	Reputatsiya(so'rov)	18 %
	Tadqiqot daromadi(ko'lami)	6 %
	Ilmiy xodimlar tomonidan nashr ettirilgan maqolalar	6 %
	Nashr ettirilgan ilmiy ishlarning umumiy soniga nisbatan tadqiqotdan kelgan daromadlar nisbati	Salomog'i yo'q
30 %	Ilmiy tadqiqot va nashrlarning sitatalanganligi	30 %

THE reytingi aniqlashda quyidagi universitetlar qatanasha olmaydi: yuqori kurs talabalarini o'qitishmaydiganlar, tor mutaxassisliklar tayyorlaydigan, besh yil

ichida 1000 ta ilmiy ishlar, shu jumladan bir yilda 200 tadan kam nashr ettirganlar. Reyting mezonlari bir muncha kamroq darajada munozarali bo'lib, mantiqiy tarkibdan iborat bo'lgan holda ko'rsatkichlar salmog'i ta'lim muassasi faoliyati natijalarini aks ettiradi: ta'lim, tadqiqot, ishlanmalar, sanoat yutuqlari, innovatsiyalar.

Nazorat savollari:

1. Ta'lim marketingining kompleks konsepsiyasini birinchi bo'lib qachon va kimlar tomonidan taklif etilgan?
2. Ta'lim xizmatiga yo'naltirilgan marketingi deganda nimani tushunsaiz?
3. Ta'limga bo'lgan zamonaviy talablarni aniqlovchi muhim omillar nimalardan iborat?
4. Ta'lim xizmatlarining o'ziga xosliklarini to'liq bayon etish uchun nimalarni oldi-sotdi ob'ekti sifatida qarash zarur?
5. Ta'lim xizmatlari bozori sub'ektlarini sanab o'ting.
6. Nimalar OTM uchun strategik maqsadlar bo'lib hisoblanadi?
7. Xizmatlar uchun 7R klassik modeli va OTMlar tomonidan mintaqa va mamlakatga ko'rsatadigan kengaytirilgan xizmatlar modeli mohiyatini tushuntirib bering.
8. Ta'lim sohasida marketingning strategik rivojlanishining qanday tamoyillarini shakllantirish mumkin?
9. Sizningcha bugungi kunda butun dunyoda ta'lim sohasida ro'y berayotgan o'zgaruvchan vaziyat sharoitida mahalliy OTMlarimiz qanday kamchiliklarga ega?
10. Benchmarking nima?
11. Ta'lim sohasida benchmarking deganda nimalarni tushunasiz?
12. Benchmarkingdan foydalangan OTMlar amalda undan nimalar olishlari mumkin degan qanday savolga javob berish mumkin?
13. Odatda OTMlarni reyting bo'yicha ranjirlash (ketma-ketlik) qanday mezonlar bo'yicha olib boriladi?
14. An'anaviy ravishda QS bo'yicha universitetlar reytingiga va THE WURning reputatsiya reytingiga qanday talablarga javob beradigan OTMlar kirishadi?
15. QS bo'yicha baholashning asosiy mezonlarini sanab o'ting.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasining 2019 yil 29 oktabr "Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida"gi O'RQ-576-sonli Qonuni
2. O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 24 iyulda «Innovatsion faoliyat

to'g'risida» gi O'RQ-630-sonli Qonuni.

3. O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentabrda qabul qilingan "Ta'lim to'g'risida" gi O'RQ-637-sonli Qonuni.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevral "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida" gi 4947-sonli Farmoni.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 20 aprel "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi PQ-2909-sonli Qarori.

6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentabr "2019-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida" gi PF-5544-sonli Farmoni.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida" gi PF-5847-sonli Farmoni,

8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida" gi PF-5847-sonli Farmoni.

9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 oktabrda "Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida" gi PF-6097-sonli Farmoni.

10. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2020 yil 25 yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

Maxsus adabiyotlar:

11. Бадеева, Е.А. (2012), Университетское планирование в рамках протсессного подхода: монография, Москва: Издательский дом Академии Естествознания. [хтти://эсоном.кхсу.ру](http://эсоном.кхсу.ру) [Доступ 24 марта 2010 г.]

12. Балмасова Т.А. «Третья миссия университета» –новый вектор развития? // Высшее образование в России. – 2016. – № 8-9. – С. 48-55.

13. Ватагина М.В. Стратегические направления в развитии маркетинговой деятельности вузов// Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России№2(42)2009. С.113-116.

14. Веретенникова, О. Б., Дрантусова, Н. В., Ключев, А. К., Кортон, С. В., Майданик, В. И., Малышева, Л. А., Попова, Л. Н. (2008), Разработка стратегии образовательного учреждения: методические рекомендации, Екатеринбург: Университетское управление: практика и анализ.

15. Виссема Ёхан Г. Университет третьего поколения: управление университетом в переходный период. – М.: Сбербанк, 2016. – 422 с.

16. Волкова Н. С. Анализ системы дополнительного профессионального образования России и его рол в современных условиях // Молодой ученый.

— 2012. — №5. — С. 412-415. — УРЛ [хттпс://молуч.ру/архиве/40/4761/](https://moluch.ru/архиве/40/4761/) (дата обращения: 28.08.2019).

17. Гафуров И.Р., Василев В.Л., Кашбиева Р.Р. Инновационные кластеры и социально-экономическое развитие регионов: анализ методических подходов. – М.: «Анкил», 2012. – 292 с.

18. Головкин Н.В., Зиневич О.В., Рузакина Е.А. Университет третьего поколения: Б. Кларк и Й. Уисема // Высшее образование в России. – 2016. – № 9. – С. 40-47.

19. Каргин Д.Б. Предпринимательское образование, предпринимательский университет, коммерциализация технологий. Астана, 2016: [хттп://www.эну.кз/](http://www.эну.кз/) downloadс/ материалс/ Каргин. Предпринимательское образование.пдф.

20. Клаус Шваб «Четвертая промышленная революция»: Э. Москва. 2016. 48 с.

21. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. – 2007. – № 1. – С. 49-62.

22. Красинская Л.Ф. Модернизация, оптимизация, бюрократизация...Что ожидает высшую школу завтра? // Высшее образование в России. – 2016. – № 3. – С. 73-82.

23. Ксендзова Г. Ф. Тенденции развития маркетингового управления на рынке образовательных услуг // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – № 3. – С. 118–121.

24. Хагуров Т.А. Высшее образование: между служением и услугой // Высшее образование в России. – 2011. – № 4. – С. 47-57.

25. Мягков Г.П., Бухараев В.М. Трансформация классического университета в условиях «текущей современности» // Классический университет: история и современность: материалы Всеросс. с международным участием научно-практической конференции, посвященной 85-летию Удмуртского гос. ун-та; Ижевск, 3-4 февраля 2016 г. /отв. ред. и сост. В.В. Пузанов, Д.В. Репников. – Ижевск: Издат. центр «Удмуртский университет», 2016. – С. 56-61.

26. Самойленко К.А. Перспективы развития инновационно-предпринимательских университетов: [хттп://ip.znanu.edu.ua/bitstream/123456789/1983/1/Наук_чут_2014_3_177182.pdf](http://ip.znanu.edu.ua/bitstream/123456789/1983/1/Наук_чут_2014_3_177182.pdf).

27. Тазарбеков К.А. К разработке «Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет». Тезисы.- алматы: Университет «Туран», 2016. -36 с.

28. Паспорт приоритетного проекта «Вузы как центры пространства создания инноваций». – УРЛ: <http://government.ru/медиа/флес/>

ОнТУмегФЛНж5Уқтас57йWГ1ЕтMГ9АБе.пдф

29. Шуклина З. Н., Эшонов Р. Р., Хаданович Н. В. Выбор инструментов и стратегий бенчмаркинга в рискованной конкурентной среде // Молодой ученый. — 2017. — №12. — С. 387-392. — УРЛ

30. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М. Образование в ХХИ веке: перед лицом новых вызовов. – Казан: Казан. гос. ун-т, 2010. – 156 с.

31. Шадриков В., Геворкян Е. О процедуре комплексной отсенки вуза // Высшее образование в России. 2001. № 1.

32. Шульс Д.Е., Танненбаум С.С., Лаутерборн Р.Ф. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации: Пер. с англ. М.: ИНФРА–М, 2004.

33. Щелкунов М.Д. Университеты перед лицом глобальных вызовов: российский путь // Поиск. Альтернативы. Выбор. – 2016. – № 3. – С. 48-59.

34. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Фурсова В.В. На пути к международному признанию: Казанский федеральный университет как субъект глобального пространства высшего образования. – Казан: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 140 с.

Internet saytlar:

35. <http://edu.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi

36. <http://lex.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi

37. <http://bimm.uz> – Oliy ta’lim tizimi pedagog va rahbar kadrlarini qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni tashkil etish bosh ilmiy-metodik markazi

38. <http://ziyonet.uz> – Ta’lim portali Ziyonet

39. <http://natlib.uz> – Alisher Navoiy nomidagi O‘zbekiston Milliy kutubxonasi

IV. AMALIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI

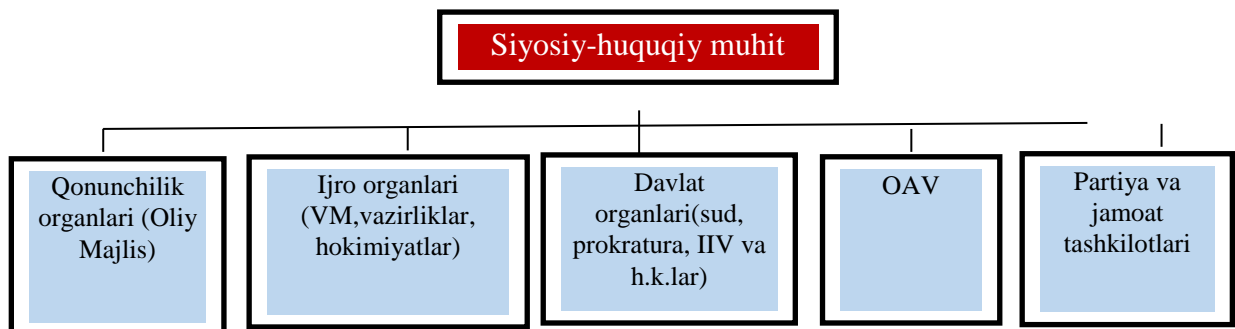
IV. AMALIY MASHG'ULOT MATERIALLARI

1-MAVZU. TADBIRKORLIK UNIVERSITETI - UNIVERSITET-3.0 KONSEPSIYASINI SHAKLLANTIRISH CHORA-TADBIRLARINI ISHLAB CHIQUISH

(2 soat)

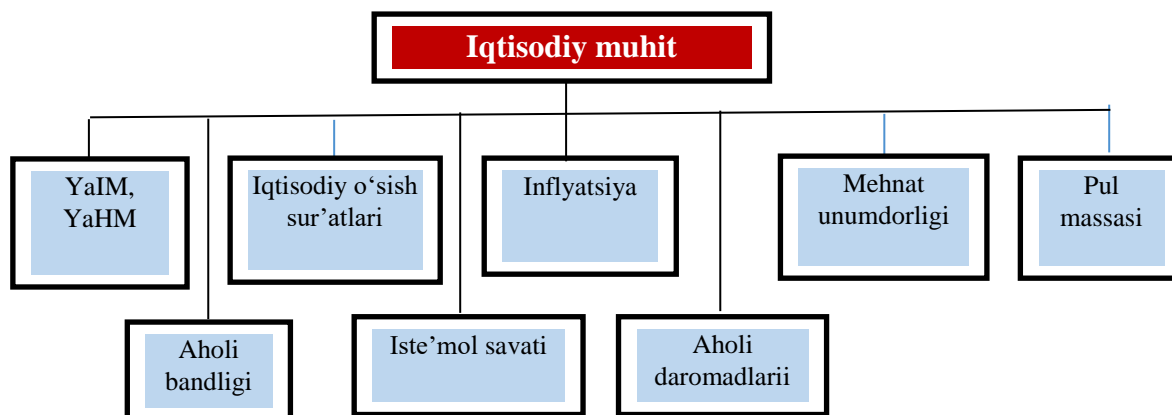
Har qanday tashkilot(OTM)ning bozor muhitidagi faoliyatini prognoz qilish uchun STEP–tahlili, shuningdek, mintaqaning ta'lim xizmatlari bozori jozibadorligini reyting baholash keng qo'llaniladi. Ushbu usulning mohiyati har qanday tashkilot (OTM)ga ta'sir etuvchi tashqi, ijtimoiy-demografik, texologik, iqtisodiy va siyosiy-huquqiy omillarni aniqlash hisoblanadi. Mazkur tahlil usuli orqali kelajak uchun chora-tadbirlar ishlab chiqish mumkin. Mazkur tahlil usulining muhim elementlarini quyidagicha izohlash mumkin.

Siyosiy-huquqiy muhit. Ta'lim muassasi tomonidan qabul qilinadigan marketing qarorlari siyosiy va qonunchilik sohalarida ro'y berayotgan sezilarli darajadagi hodisalar ta'sirida qabul qilinadi(1.1-rasm).



1.1-rasm. Siyosiy-huquqiy muhit.

Iqtisodiy muhit. Ta'lim tizimidagi inqirozni aniqlovchi jamiyat iqtisodiy muhitining bir muncha o'ziga xos muhim xususiyati korxonalar daromadi umumiy darajasining va aholi xarid qobiliyatining pasayishi hisoblanadi. Iqtisodiy muhit o'zgarishi nafaqat miqdoriy balki ta'limda, ta'lim xizmatlariga bo'lgan talabda tarkibiy o'zgarishlarni keltirib chiqaradigan qator muhim makroiqtisodiy ko'rsatkichlar orqali aniqlanadi(1.2-rasm).

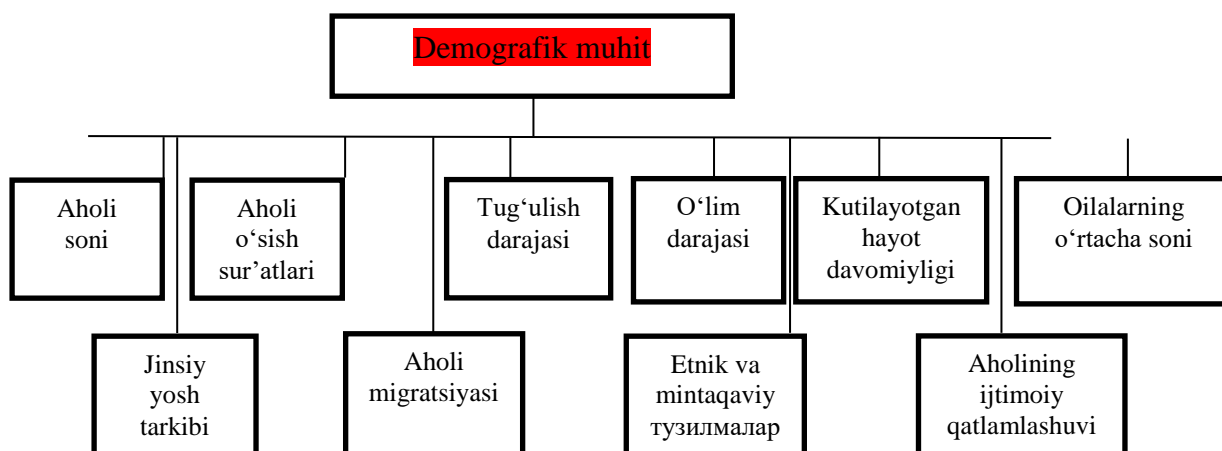


1.2-rasm. Iqtisodiy muhit.

Shubhasiz mamlakatdagi iqtisodiy vaziyat barcha faoliyat sohaslariga, shu jumladan ta'lim sohasiga ham sezilarli darajada ta'sir etadi. Respublikamizda ta'lim tizimi chegaralarini o'zgartirish, yangi davrga moslashtirish davri ancha oldin paydo bo'lgandi.

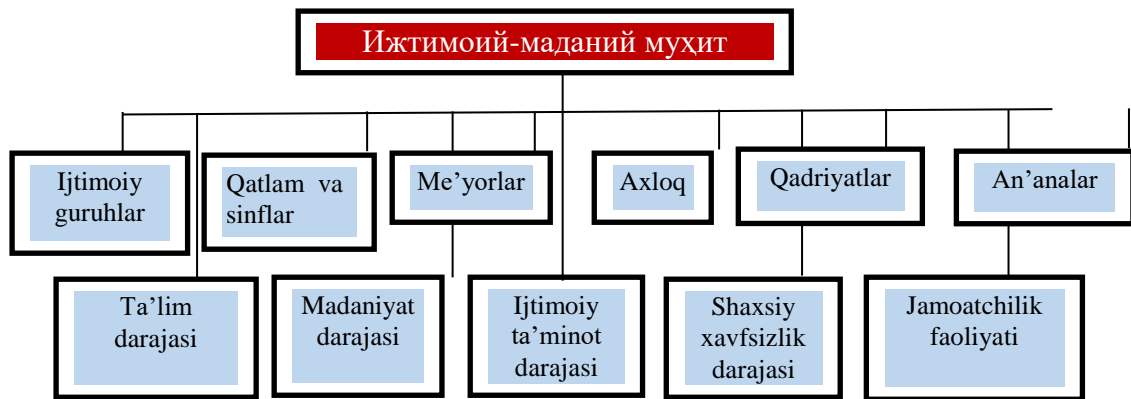
Avvalo bu yerda so'z ta'limga investitsiyalar kiritish borasida bo'lib, bunda nafaqat davlat tomonidan, balki mutaxassislar iste'molchilari-korxonalar tomonidan kiritiladigan investitsiyalar haqida bormoqda. Rivojlangan mamlakatlarda ta'lim sohasiga investitsiyalar eng ishonchli va yuqori qaytimli sohalardan hisoblanadi. Masalan, amerikalik ekspertlar baholashlariga ko'ra, ta'lim tizimiga 1 dollar sarflash 3 dan 6 dollargacha foyda olish imkoniyatini beradi.

Demografik muhit. Demografik omillar va aholining rivojlanish tendensiyalari qisqa va o'rta muddatli davrlarda o'ziga xos barqarorlik bilan farqlanadi va ta'lim xizmatlariga bo'lgan talab kon'yunkturasida muhim rol o'ynaydi(1.3-rasm).



1.3-rasm. Demografik muhit.

Ijtimoiy-madaniy muhit. Ta'lim boshqa xizmat turlaridan farqli o'laroq madaniyatga ancha yaqin va undan ajralmasdir. Madaniyat- bu shaxsning muomala qilishiga yordam beradigan qadriyatlar, g'oyalar artefakt(su'niy qilingan)lar va boshqa ramzlar yig'indisidan iborat bo'lgan, shuningdek bir-birini jamiyat a'zolari sifatida tushuntirish va baholashning murakkab majmuadir(1.4-rasm).



1.4-rasm. Madaniyat tarkiblari.

Ta'lim xizmatlariga bo'lgan talab madaniyat darajasi bilan bevosita bog'liq, sababi madaniyat darajasi qanchalik yuqori bo'lsa yangi bilimlarga va qo'shimcha ta'limga bo'lgan ehtiyojlar ham shunchalik katta bo'ladi. Madaniyat darajasiga mos ravishda iste'molchining anglagan tarzda o'z ta'lim ehtiyojlarini qondirishga qaratadigan budjetdagi xarajatlar ulushi ortadi.

O'zbekistonda ta'lim insonlar xulq-atvori(lekin ta'lim, faqat oila, pul, do'stlik, adolat, barqarorlik kabilardan keyin turadi)ni aniqlovchi asosiy qadriyatlar deb ataladigan guruhga kiradi. Bu o'z navbatida ta'lim xizmatlariga bo'lgan yuqori talabning hattoki iqtisodiy tanazzul paytlarida ham saqlanib qolishini anglatadi. Bizda ahloning ta'lim darajasi ancha yuqori.

Shunday qilib ta'lim xizmatlari bozori aksariyat hollarda jamiyatda yuqori turuvchi qadriyatlarga, me'yor va an'nalarga, ijtimoiy-iqtisodiy muhitga bog'liq bo'ladi. Shuningdek, turmush tarzining aniq ijtimoiy-madaniy shart-sharoitlari ta'lim xizmatlariga bo'lgan talabga sezilarli darajada ta'sir etadi. Hozirgi davrda respublikamizda ta'limda yangi madaniyat, yangi ahloq, yangi talab yaratilmoqda. Ushbu jarayon davlatning, turli jamoatchilik tashkilotlarining qo'llab-quvvatlashlarini talab etadi va bu ayniqsa, ta'lim muassasalarining faol ishtirokida ancha darajada sezilarli bo'lishi mumkin.

Ta'lim muassasining ta'lim bozorida samarali faoliyat yuritishi uchun yon atrofda bo'layotgan voqealarni kuzatib borishi, bundan tashqari unga muhim bo'lgan tashqi va ichki muhitdagi barcha o'zgarishlarni prognoz qilishi lozim. O'z vaqtida qabul qilingan chora-tadbirlar ta'lim muassasiga qator muammolardan qochishga yoki mavjud vaziyatda foydali qo'llash imkonini beradi.

Amaliyotda ta'limning marketing muhitini baholash va prognoz qilish uchun STEP–tahlili, shuningdek, mintaqaning ta'lim xizmatlari bozori jozibadorligini reyting baholash keng qo'llaniladi. Tashqi muhit(makromuhit)ni ilmiy o'rganish kompleks ijtimoiy, texnik, iqtisodiy va siyosiy tahlil(ingliz tilida qisqartirilgan STEP) asosida amalga oshiriladi.

STEP-tahlil uslubiyoti ta'lim muassasiga potensial tahidlarni va kutilayotgan yangi imkoniyatlarni aniqlash uchun holatni baholashga va makromuhitdagi muhim omillarning rivojlanishini bashorat qilishni amalga oshirishga imkon beradi. Ta'lim muassasalari ushbu omillarga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir eta olishmaydi, ammo ular ta'lim muassasining o'ziga va uning atrof-muhitiga juda kuchli darajada ta'sir etadi. STEP-tahlilni olib borish uchun boshlang'ich ma'lumotlar bo'lib quyidagilar hisoblanishi mumkin:

- Konstitutsiya va qonunchilik xujjatlari.
- Prezident farmonlari va qarorlari.
- Vazirlar Mahkamasi qarorlari va farmoyishlari.
- Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi hay'at qarorlari va buyruqlari.
- O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari.
- Tarmoq vazirliklari buyruq va qarorlari.
- ilmiy jurnallar va markaziy gazetlar(mas. xalq so'zi).
- Ta'lim sohasida aholi va ekspertlar sotsiologik so'rovlarining natijalari va

h.k.lar.

Topshiriq.

Sizdan STEP - tahlilning tashqi muhitning tizimlashtirilgan omillarini jadval shaklida va ularni o'zingiz faoliyat yuritayotgan oliy ta'lim muassasining asosiy rivojlanish ssenariylari bilan keltirgan holda to'ldirib chiqishingiz lozim (1.1-jadval).

1.1-jadval.

STEP–tahlil usuli bo'yicha ta'limning tashqi muhiti omillari. tahlili.

Omillar	Rivojlanish ssenariysi		
	pessimistik	realistik	optimistik
Ijtimoiy			
Turmush darajasi			
Ijtimoiy qadriyat va ahloq			
Ta'lim darajasi			
Jamiyatning ijtimoiy qatlamlashuvi			
Jamiyatga ijtimoiy guruhlarining ta'siri			
Milliy omillar			

Shahar va qishloq aholisi nisbati			
Millatlararo munosabatlar			
Aholi migratsiyasi			
Ijtimoiy-madaniy omillar			
Texnologik			
Tarmoqlar uchun mutaxassislarni tayyorlash			
Resurstejamkor texnologiyalar			
Texni taraqqiyotning umumiy darajasi			
Global informatsion texnologiyalar			
Ekologik-yo‘naltirilgan texnologiyalar			
Konversiya (lat. conversio — «murojaat», «o‘zgarish» va “ikkitalik(mas.ishlab chiqarish, loyihalash)” texnologiyalar			
ITTKIning moliyalashtirish			
Ta’limning multimediya texnologiyalari (CD-ROM, internet va b.q.lar)			
Ochiq(masofaviy) ta’limning rivojlanishi			
Shaxsning rivojlanish darajasidan kelib chiqib ta’limning insoniylashuvi va texnologiyalashuvi			
Iqtisodiy			
Davlatning kredit siyosati			
Soliq siyosati			
Iqtisodiy o‘shish dinamikasi			
Aholining xarid qobiliyati			
Davlatning investitsiya siyosati			
Mintaqalararo va hududiy tashkil etilganlik			
Davlat budjeti defitsiti			
Mamlakatdagi inflyatsiya darajasi			
Energiya to‘lovchilarga jahon narxlari, xom ashyo va materiallar manbalari			
Milliy bozorlar holati			
Tashqi savdo aylanmasida importning ulushi			
Xarajatlardagi (mahsulotlar va xizmatlar tannarxi) o‘zgarishlar			
Milliy bozorda bozor munosabatlarining rivojlanishi			

Siyosiy			
Xalqaro vaziyat			
Davlatdagi ichki siyosiy vaziyat			
Qonunchilik hokimiyatining samarali ishlashi			
Prezident va uning hududlardagi vakillari			
Hududlar rahbariyati va hokimlarning ta'siri			
Aholi siyosiy simpatiyasining qutblashuvi			
Siyosiy ziddiyatlar			
Partiyalar va harakatlar			
Jamiyat faolligi			
Umumiy va shaxsiy xavfsizlik			

Joriy holat matritsasi makro muhitning salbiy, neytral va ijobiy omillarini belgilash bilan mavjud holatni aks ettiradi. Rivojlanish istiqboli matritsasi mumkin bo'lgan rivojlanish ssenariylari asosida ta'lim muassasining barcha tashqi muhitdagi holatni bashorat qilishga imkon beradi.

STEP–tahlilni ta'lim muassasining strategik rivojlanish rejasini ishlab chiqishda yoki beshta omillar guruhidan bittasi ta'sirining keskin o'zgarishi ro'y bergan holatda amalga oshirish maqsadga muvofiq. STEP–tahlil natijalari ta'lim muassasining kelgusidagi 3-7 yillik rivojlanish ssenariylarini baholash va ta'lim xizmatlari bozorining istiqbolli segmentlarini tanlash uchun qo'llaniladi.

Topshiriq.

Sizdan yuqorida keltirilgan jadvaldagi ma'lumotlarni chuqur o'rgangan va tahlil etgandan keyin o'zingiz faoliyat yuritayotgan oliy ta'lim muassasangizning universitet 3.0 modeli bo'yicha faoliyat yuritishi uchun ta'sir etadigan omillarni **STEP–tahlil usuli bo'yicha tashqi muhiti omillari tahlili amalga oshiring(1.2-jadval).**

1.2-jadval.

STEP–tahlil usuli bo'yicha ta'limning tashqi muhiti omillari tahlili.

Omillar	Rivojlanish ssenariysi		
	pessimistik	realistik	optimistik
Ijtimoiy			

Texnologik			
Iqtisodiy			
Siyosiy			

**2-MAVZU. UNIVERSITET 3.0 MODELİ ASOSIDA “ILMIY
MAKTABLAR, TRANSFER VA INNOVATSIYALAR” BO‘YICHA OLIY
TA’LIM MUASSASASI ICHKI MUHITI TAHLILI
(4 soat)**

Ichki muhit – bu ta’lim jarayoni ishtirokchilarining va ularning funksional o‘zaro aloqalari jarayonida ta’lim muassasasining maqsadlarini amalga oshiradigan komponentlar yig‘indisidir. Strategik rejalashtirish doirasida ichki muhitni tahlil etishning mashhur usullaridan biri – bu **SWOT**- tahlili hisoblanadi. Bu yerda, “S” tashkilotning kuchli tomonlari, “W” – uning ojiz tomonlari, “O” bizning tashkilotimiz uchun tashqi muhit yaratadigan qulay imkoniyatlar va uning kutilayotgan o‘zgarishlari, “T”- tashkilot uchun ushbu muhit keltirib chiqaradigan tahdidlar, xavflar, risklardir.

Ushbu vaziyatda tahlilning mazmuni va ko‘lami u amalga oshiriladigan vazifaning ko‘lamiga bog‘liq bo‘ladi. Faraz qilaylik, ushbu vazifa - OTMda tizimli o‘zgarishlarning imkoniyatlarini umumiy baholash - yetarlicha katta(murakkab) va mavhum(abstrakt).

1-topshiriq.

O‘z ta’lim muassasangizning muammoli (dolzarb) vaziyatiga e’tiborni qaratgan holda, masalan, Siz faoliyat yuritayotgan OTMning **“Ilmiy maktablar, transfer va innovatsiyalar”** SWOT-tahlil bo‘yicha uning kuchli va ojiz

tomonlarini, imkoniyatlari va unga bo'lishi mumkin bo'lgan tahdidlarni aniqlangan. Keyinchalik OTM tashqi muhiti tahlilining barcha omillarining ijobiy tomonlaridan foydalangan holda ular orasidan OTM ushbu yo'nalish bo'yicha rivojlanishining salbiy tomonlarini bartaraf etishga qodir imkoniyatlarni tanlang.

Quyidagi **OTM ning "Ilmiy maktablar, transfer va innovatsiyalar"** SWOT-tahlil ichki muhiti tahlili deb nomlangan 2.1-jadvalda keltirilgan ma'umotlarni diqqat bilan o'rganing, tahlil qiling va shu asosida o'zingiz faoliyat yuritayotgan OTMdan kelib chiqib shunga o'xshagan jadval chiqing va mos grafalarni to'ldiring.

2.1-jadval

OTM ning “Ilmiy maktablar, transfer va innovatsiyalar” SWOT-tahlil ichki muhiti tahlili

<p>SWOT-TAHLIL “Ilmiy maktablar, transfer va innovatsiyalar”</p>	<p>IMKONIYaTLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hududiy sanoat-ta’lim klasterlari asosida mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida ishtirok etish 2. Texnologik platformalar doirasidagi ustuvor ITIning bajarishda ishtirok etish 3. Startap loyihalarida ishtirok etish orqali moliyaviy mablag‘lar topish 4. OTMda impakt-faktorga ega yoki OAK ro‘yxatiga kirgan ilmiy jurnalning mavjudligi 5. Xo‘jalik shartnomalarini bajarish va turli grant loyihalarida ishtirok etish imkoniyatiga ega IPKning mavjudligi. 6. Respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha bajariladigan ishlarga jahon darajasidagi olimlarni yoki mavjud ilmiy maktablarni jalb etish 7. Iqtisodiyotning real sektoriga ilmiy(innovatsion) ishlanmalarni joriy etishni DXSh asosida rivojlantirish 	<p>TAHDIDLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Doktoranturaga qabulning kamayishi yoki ba’zi bir ixtisosliklar bo‘yicha doktoranturaning mavjud emasligi 2. Davlat buyurtmalari doirasidagi ITI moliyalashtirishning qisqarishi va bekor bo‘lishi 3. Ilmiy amaliy ishlanmalarning qisqarishi 4. Biznes tuzilmalarning ilmiy ishlanmalarni qabul qilish borasida motivatsiyaning past darajadali 5. Ilmiy kadrlar boshqa mintaqalarga chiqib ketishi
<p>KUChLI TOMONLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Texnik, tabiiy va ijtimoiy 	<p>KUCh-IMKONIYaTLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hududiy sanoat-ta’lim klasterlari, respublika 	<p>KUCh-TAHDIDLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Doktorantura samaradorlik

<p>fanlar bo'yicha ilmiy maktablarning mavjudligi</p> <p>2. Ilmiy-texnik va innovatsion muammolarni yechish tajribasi</p> <p>3. ITI olib borishni tartibga soluvchi ichki normativ bazaning mavjudligi</p> <p>4. Kafedarlarning laboratoriyalarini yangilash imkoniyati</p> <p>5. Doktorantura dasturlari bo'yicha IPKlarni tayyorlash imkoniyati</p> <p>6. Doktorlik dissertatsiyasini yakunlashi uchun ijodiy ta'til berish imkoniyati</p> <p>7. Oraliq attestatsiya natijalari bo'yicha doktorantlarga oshgan stipendiya to'lash imkoniyati</p> <p>8. PO'Tga ilmiy faoliyat natijadorligi uchun rag'batlantiruvchi to'lovlar to'lash</p>	<p>texnologik platformasi doirasida korxonalar va tashkilotlar, shahar va hududiy tuzilmalarning o'zaro xatti-harakatlarining samarali tizimini yo'lga qo'yish</p> <p>2. Budjet va budjetdan tashqari moliyalashtirishdan ITTKI moliyaviy qo'llab-quvvatlashning ko'pkanalligi tizimini yaratish</p> <p>3. Respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mos ilmiy-tadqiqotlarni shakllantirish</p> <p>4. Texnopark, biznes-inkubatorlar, kichik innovatsion korxonalar bazasida innovatsion infratuzilmani takomillashtirish</p> <p>5. Laboratoriya kompleksini budjetli va boshqa moliyalashtirish shakllarini qo'llash orqali modernizatsiyalash dasturlarini ishlab chiqish.</p> <p>6. Ilmiy jurnal nufuzini oshirish va.h.k.lar</p>	<p>ko'rsatkichlarini o'z vaqtida dissertatsiyalarini himoya qilganlar foizini oshirish orqali ta'minlash</p> <p>2. OTM xodimlarining boshqa OTMlar ilmiy kengashlaridagi a'zolarining ma'lumotlar bazalarini yaratish.</p> <p>3. Respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlari bo'yicha bajariladigan ITIni bajarishda ishtirok etish</p> <p>4. Ilmiy tadqiqot faoliyati natijalari bo'yicha IPKlarni moddiy rag'batlantirish tizimini takomillashtirish</p> <p>5. Doktorlik dissertatsiyasini yakunlagan PO'T yuklamalarni optimallashtirish</p>
---	---	--

<p>9. Ilmiy yutuqlar asosida lavozimda o‘shish imkoniyati</p> <p>10. Texnopark va biznes inkubatorlar negizda innovatsion infratuzilmaning mavjudligi</p>		
<p>OJIZ TOMONLAR</p> <p>1. Fan, texnologiya va texnika rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga ITI mavzularining mos kelmasligi</p> <p>2. OTM olimlarining innovatsion loyihalar va ilmiy ishlanmalarni tijoratlashtirish darajasining pastligi</p> <p>3. Dissertatsiya Kengashlarining yo‘qligi</p> <p>4. Doktoranturaning yo‘qligi</p> <p>5. Doktorantura dasturlari bo‘yicha ilmiy-pedagog xodimlarni tayyorlash shaklining yo‘qligi</p> <p>6. Doktoranturaning past</p>	<p>OJIZ TOMONLAR-IMKONIYATLAR</p> <p>1. Respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining va hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha ekspert kengashni (Ilmiy Kengash tarkibida) yaratish.</p> <p>2. Texnika, tabiiy va ijtimoiy fanlar bo‘yicha dissertatsiyalar himoyasining birlashgan kengashini ochish bo‘yicha xujjatlarni tayyorlash</p> <p>3. OTM turli tarkibiy tuzilmalari (kafedlar, laboratoriyalar) uchun fanmetrik (naukometrik) ko‘rsatkichlarni ishlab chiqish</p> <p>4. Zamonaviy ilmiy jihozlar va sarf-xarajat materiallarini sotib olishni moliyalashtirish</p> <p>5. Yuqori texnologik jihozlardan jamoaviy foydalanish markazini yaratish</p> <p>6. Mavjud ilmiy jihozlarni tizimli metrologik nazorat qilish</p>	<p>1. OJIZ TOMONLAR-TAHDIDLAR</p> <p>2. Boshqa OTMlar bilan doktorantura va magistratura dasturlari bo‘yicha ilmiy-pedagogik kadrlarni tayyorlashning tarmoq shakli bo‘yicha shartnomalarni tuzish</p> <p>3. ITTKI olib borish borasida OTM ichidagi tanlov grantlarni o‘tkazish va moliyalashtirish.</p> <p>4. OTM olimlarining intellektual faoliyati natijalarini hisobga olish, marketing va reklama tizimini ishlab chiqish</p> <p>5. Professor-o‘qituvchilarni nashriy faolligi ko‘rsatkichlari uchun moddiy rag‘batlantirish tizimini</p>

<p>samaradorligi</p> <p>7. ITTKI uchun talab darajasidagi laboratoriya jihozlarining yo‘qligi va moddiy-texnik bazasi darajasining pastligi</p> <p>8. Moliyalashtirishning yetishmasligi(shtatlar, jihozlar) sababli yuqori texnologik jihozlardan jamoaviy foydalana oladigan markazning yo‘qligi</p>	rish	takomillashtirish
--	------	-------------------

2-Topshiriq.

Siz yuqoridagi 2.1-jadvalda keltirilgan OTM ning “Ilmiy maktablar, transfer va innovatsiyalar” SWOT-tahlil ichki muhiti tahlili namunasi asosida o‘zingiz faoliyat yuritayotgan oliy ta’lim muassasi misolida “Iqtidorli yoshlarni ilmiy va innovatsion faoliyatga jalb etishni rivojlantirish masalalari”, “OTMda ilmiy-pedagog kadrlar ilmiy salohiyatidan samarali foydalanish yo‘llari”, “OTMlarda ilmiy salohiyatni oshirish yo‘llari” va “Doktorantlarning o‘z muddatlarida himoya qilishlarini ta’minlash” kabi boshqa mavzular bo‘yicha SWOT-tahlilini amalga oshirib o‘z fikr-mulohazalaringizni bayon eting.

3-MAVZU. UNIVERSITET-3.0 MODEL ASOSIDA OTM MAVJUD MUAMMOLARINI HAL ETISH BORASIDA CHORA-TADBIRLAR ISHLAB CHIQUISH (4 soat)

OTMning ichki muhiti tahlili topshirig‘i tahlilining birinchi natijalari olingandan keyin, ular bilan quyidagilarni aniqlash maqsadida keyingi ishlarni amalga oshirish lozim:

- universitet-3.0 modeli asosida OTM mavjud qaysi kuchli tomonlarni yanada kuchaytirish mumkin va buning uchun nima qilish kerak?

- universitet-3.0 modeli asosida qanday ojiz tomonlarni yo‘qotish mumkin, kelgusida ularga yo‘l qo‘ymaslik, ularning ta’sirini kamaytirish, o‘rnini qoplash va aynan qanday qilib?

- universitet-3.0 modeli asosida OTMga tashqi qulay ta’sirlarni kuchaytirish uchun nimalar qilish kerak, ularni o‘z vaqtida aniqlash va ulardan OTM manfaati yo‘lida qanday foydalanish mumkin?

- universitet-3.0 modeli asosida tashqi xavflar, tahdidlar va risklarga qanday qilib qarshi turish mumkin?

Ushbu tadbirlarni amalga oshirish uchun OTM rahbari bajarish muddatlarini va istalayotgan natijani aniq aniqlagan holda buyruq bilan ishchi guruhi tuzadi.

1-topshiriq

1. Siz ishlayotgan OTMning universitet-3.0 modeli asosida mavjud qaysi kuchli tomonlarini yanada kuchaytirish mumkin va buning uchun nima qilish kerak?

2. Sizning fikringizcha, universitet-3.0 modeli asosida qanday ojiz tomonlarni yo‘qotish mumkin, kelgusida ularga yo‘l qo‘ymaslik, ularning ta’sirini kamaytirish, o‘rnini qoplash va aynan qanday qilib?

3. Fikringizcha, Siz faoliyat yuritayotgan OTMga universitet-3.0 modeli o‘tishda tashqi qulay ta’sirlarni kuchaytirish uchun nimalar qilish kerak, ularni o‘z vaqtida aniqlash va ulardan OTM manfaati yo‘lida qanday foydalanish mumkin?

4. Universitet-3.0 modeli o‘tishda Siz ishlayotgan OTM tashqi xavflar, tahdidlar va risklarga qanday qilib qarshi turish mumkin?

«Zamonaviy jamiyatda ta'lim va fanning o'zaro aloqasi».

Sizdan “Zamonaviy jamiyatda ta'lim va fanning o'zaro aloqasi” mavzusi bo'yicha kengaytirilgan tarzda o'z fikrlaringizni bayon etishingiz so'raladi. Buning uchun Siz o'zingizning fikringiz bo'yicha ushbu mavzuni yoritishga mos keladigan reja tuzing. Reja uchta punktdan kam bo'lmagan va ularning har biri kamida yana 2 ta bir muncha detallashtirilgan punkt ostilaridan iborat bo'lishi lozim.

Mazkur mavzuni yoritish borasidagi reja variantlaridan biri quyidagicha:

1. Fan va ta'lim ma'naviy madaniyat sohasi sifatida.
2. Fan va ta'lim jamiyatning ijtimoiy instituti sifatida:
 - a) zamonaviy jamiyatda ta'limning funksiyalari (ijtimoiy-madaniy; ijtimoiy-iqtisodiy; ijtimoiy-siyosiy);
 - b) fanning ijtimoiy taraqqiyot omili sifatida rivojlanishi;
- v) fan va ta'limni davlat tomonidan tartibga solish.
3. Ta'limning fanga ta'siri:
 - a) oliy ta'limda ilmiy kadrlarni tayyorlash;
 - b) yoshlarda ilmiy faoliyat va olim maqomi to'g'risidagi tasavvurlarni shakllantirish.
4. Fanning ta'limga ta'siri:
 - a) fanning asoslarini maktab predmetlari doirasida o'rganish;
 - b) universitetlarni ilmiy markazlarga aylantirish.
5. Kelajakda fan va ta'limni yaqinlashtirish istiqbollari.

Yuqorida keltirilgan reja punktlari va punkt ostidagilaridan boshqa shakldagi rejalarini ham keltirishingiz mumkin.

Oliy ta'limni modernizatsiyalashni amalga oshirish bo'yicha keyslarni ishlab chiqish.

Keys uslubi (inglizcha Sase method – keys-uslub, “Case-study” - keys stadi, aniq vaziyat uslubi, vaziyatli tahlil uslubi) – real iqtisodiy, ijtimoiy va biznes vaziyatlarning tavsiflaridan foydalangan holda o'quvchilarda aniq ko'nikmalarni shakllantirish texnikasidir. Dastlab keys usulidan foydalanish XX asrning boshlarida Garvard biznes Maktabida biznes-keyslar sifatida paydo bo'lgan. 1908 yilda maktab tashqil etilgan paytda biznes-kurslarni olib borish borasida adabiyotlarning yo'qligi sababi o'sha davrdagi yetakchi biznesmentlardan ularning faoliyatlarini darsliklarda bayon etish qaror qilingan. Shundan keyin ushbu usul keng tarqalib birinchi biznes keyslar to'plami(The Case Methodat the Harvard

Business School) 1921 yilda nashr ettirilgan. O'tgan asrning o'rtalariga kelib ushbu amaliyot Yevropada ham keng tarqaldi.

1991 yilda oliy ta'lim muassasalari orasida keys usullarning tarqalishiga sabab bo'lgan European Case Clearing House (ECCH) notijorat tashkiloti tashkil etilgan. Hozirgi davrda uning tarkibiga 340 atrofidagi tashkilotlar kiradi. Ushbu tarkibga faqatgina jahondagi yetakchi maktablardan Richard Ivey School of Business biznes maktabi kirmaydi qolgan maktablar keys-uslubini faol qo'llashadi.

Bugungi kunda biznes-keysarlarni o'rganishning ikkita klassik maktablari mavjud: Garvard (amerikacha) va Manchester (yevropacha). Birinchisi o'zida yagona to'g'ri qarorni izlashni, ikkinchisi muammo yechimining ko'pvariantligini namoyon etadi. An'naviy ravishda amerika keysarlari 25-30 betlarga mo'ljallangan bo'lsa, yevropacha keyslar 2-3 marta qisqaroq bo'lishi mumkin.

Shuni alohida ta'kidlab o'tish lozim, oliy ta'lim muassasalari biznes tashkilotlari emas balki notijorat tashkilotlari bo'lganligi sababli biznes-keys usulida qo'llaniladigan elementlar to'liq foydalanishning iloji yo'q. Lekin shunga qaramasdan oliy ta'lim sohasida yetakchi mutaxassislar fikrlaridan foydalangan holda chora-tadbirlar(loyihalar, yo'l xaritalari) ishlab chiqish borasida foydalanish mumkin.

2-topshiriq.

“Bugungi kunda respublikamiz OTMlari oldida turgan muammolardan qaysi birlarini Sizlar eng asosiylari deb hisoblaysiz? ”.

Quyidagi jadvalda keltirilgan savollarga javob bering (o'z fikringizni asoslagan holda) va ularni muhimligi bo'yicha ketma-ketlikda raqamlab chiqing. Shuningdek, jadvalning muammolar ustunidagi “-“ bo'sh joylarni to'ldiring.

Muammo	Javob (ha, yo'q yoki qisman)	Muhimligi
OTMlar kadrlar salohiyatining pastligi		
Byurokratiya va samarasiz boshqaruv		
Maktab ta'limi sifatining pastligi va abituriyentlar bilimining kamligi		
Ilmiy tadqiqotlarga talabning yo'qligi		
Iqtisodiyotning real sektori bilan aloqalarning yo'qligi		

OTM joylashgan hududdagi turli muammolar: - -		
Boshqa muammolar: - - -		

Yuqorida keltirib o‘tilgan muammolarni Siz faoliyat ko‘rsatayotgan oliy ta’lim muassasida har bir quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha hal etish borasidagi chora-tadbirlarini ishlab chiqing:

1. OTMning kadrlar salohiyatini rivojlantirish.
2. OTM va biznesning o‘zaro aloqalarini rivojlantirish
3. OTMlar va hududlarning o‘zaro xatti-harakatlarini(hamkorliklarini) rivojlantirish
4. Tadqiqotlarni tijoratlashtirish
5. Boshqaruvni isloh etish
6. Abituriyentlar va maktab(litsey, kollej) o‘quvchilari bilan ishlashni jadallashtirish

1. OTMning kadrlar salohiyatini rivojlantirish.

Maqsadga erishish uchun motivatsiyalangan va strategik maqsadlar va joriy vazifalarni ajrata oladigan personal doimo tashkilotning samaradorligini oshirishga, raqobatbardoshligini va muvaffaqiyatini oshirishga o‘z hissasini qo‘shadi.

Ta’lim muassasalarida personal sifati boshqa tashkilotlarga qaraganda ancha muhim rol o‘ynaydi. Oliy ta’lim muassasalari faoliyati samaradorligi ko‘pincha unda faoliyat ko‘rsatayotgan professor-o‘qituvchilar tarkibi (PO‘T) kategoriyasi faoliyati bilan aniqlanadi.

Professor-o‘qituvchilar faoliyatining samaradorligi har qanday OTMning raqobatbardoshligi va muvaffaqiyatining muhim sharti hisoblanadi.

PO‘T faoliyatining natijadorligi quyidagi baholashning predmeti hisoblanishi mumkin:

- ta’lim muassasi turi va shaklini aniqlash;
- ta’lim muassasi samaradorlik ko‘rsatkichlarini aniqlash;
- oliy ta’lim muassasi samaradorligi monitoringini olib borish.

Shuningdek, kadrlar salohiyatini rivojlantirishning asosiy vazifalari sifatida yuqori malakali mutaxassislarni jalb etish, ta'lim berish texnologiyasini o'zgartirish, oliy ta'lim infratuzilmasini yangilash, ta'lim berishning amaliy tarkibiy qismini va ta'lim dasturlari ro'yxatini kengaytirish, oliy ta'lim fanini kuchaytirish, xalqaro ta'lim makonidagi integratsiya, akademik safarbarlik (mobillik)ni kengaytirish kabilarni kiritish mumkin.

Hozirgi davrda OTMlarda kadrlar salohitini oshirish uchun boshqaruv tarkibini va professor-o'qituvilar tarkibini rivojlantirish borasida qator chora-tadbirlar takliflar etilgan bo'lib, xususan ular quyidagilardan iborat:

- samarali rektorlarni tayinlash;
- kuzatuv kengashlari (ish beruvchilar, xalqaro akademik muhit bilan teskari aloqalarni ta'minlash) rolini kengaytirish;
- ilmiy kengashlarni shakllantirish (ilmiy faoliyat yo'nalishlarini aniqlash);
- akademik safarbarlik (mobillik) dasturini amalga oshirish;
- yuqori xalqaro akademik bozor talablariga mos tayyorlangan bir muncha malakali kadrlarni jalb etish bo'yicha faol ishlash;
- qo'shma (yetakchi xorijiy OTMlar bilan) ta'lim va tadqiqot dasturlarini amalga oshirish

Buni quyidagi tarzda amalga oshirish mumkin:

Keysning tuzilishi:

Annotatsiya

OTM ixtisosligi. Umumiy axborot

Tarixi

Joriy holati

Rivojlanish strategiyasi

Keys: OTM loyihasi

Manbalar

Maqsadlar

Loyihani yozish

Natijalar

O'ziga xosliklari

Ojiz nuqtalari

Kelajakda rivojlanish istiqbollari

Xulosalar.

4-MAVZU: “AMALIYOTDA INNOVATSION TARKIBIY O‘ZGARISHLAR OYNASI” METODIKASI BO‘YICHA OTMDA ILMIY TADQIQOT ISHLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH CHORA-TADBIRLARINI ISHLAB CHIQUISH YO‘LLARI

(2 soat)

Siz hal etishingiz mumkin bo‘lgan ichki va tashqi muammolar Sizing tashkilotingiz rivojlanishidagi ustuvor yo‘nalishlar bo‘ladi.

Maqsadlar daraxtini amalga oshirish bo‘yicha uni qurishga va xatti-harakatlarni aniqlashga imkon beruvchi bir muncha oddiy va samarali usullardan biri - bu “**Amaliyotda innovatsion tarkibiy o‘zgarishlar oynasi**” hisoblanadi. Ushbu metodikani o‘zlashtirib olgandan keyin siz keyingi topshiriqni bajarishingiz mumkin.

“**Amaliyotda innovatsion tarkibiy o‘zgarishlar oynasi**” metodikasi algoritmi bilan tanishib chiqing:

1-qadam: Bitta konkret muammoni shakllantiring va uni yozing.

2-qadam: Uning asosiy kelib chiqish sabablarini aniqlang(sabablar “ha” va “yo‘q” so‘zlarida bayon etiladi).

3-qadam: Muammo maqsadga qayta shakllantiriladi.

4-qadam: Sabablar vazifa bo‘ladi

5-qadam: Har bir vazifa uchun kompleks chora-tadbirlar - uni yechish bo‘yicha qadamlar aniqlanadi, chora-tadbirlarni amalga oshirish uchun jamoa tuzilib har bir qadam uchun mas’ullar belgilanadi.

6-qadam: Mas’ullar chora-tadbirlarni bajarish uchun kerak bo‘ladigan moddiy resurslarni va vaqtni aniqlashadi.

7-qadam: Har bir vazifa bloki uchun chora-tadbirlar bilan aniq mahsulot va vazifalarni yechish samaradorligi mezonlari aniqlanadi.

Endi esa o‘zingizning ta’lim muassasangizning bir muncha dolzarb muammosini tanlab “**Amaliyotda innovatsion tarkibiy o‘zgarishlar oynasi**”ni to‘ldiring.

“**Amaliyotda innovatsion tarkibiy o‘zgarishlar oynasi**” metodikasi

1. Muammoni qo‘yish: _____

2. Sabablar: _____

(“emas” va “yo‘q” iboralari)

“minus” vaziyat

“plyus” vaziyat

3. Maqsad: _____
4. Vazifalar:
- A) _____
- B) _____
- V) _____
5. Chora-tadbirlar, mas’ullar: _____
- _____
- _____
- _____
6. Resurs: _____
7. Mahsulot _____
8. Samaradorlik mezonlari _____
9. Muammoning ishlanganligi darajasi _____

1. Muammoning qo‘yilishi.

Bu yerda muammoning mazmun-mohiyati qisqacha bayon etiladi. Buning uchun o‘zingizga savol berishingiz kerak: “Nima meni xavotirga solmoqda?”. Gap bu yerda innovatsiyalar haqida borar ekan oliy ta’limdagi faoliyatimiz amaliyotidagi masalalarni ko‘rib chiqamiz (aslida ushbu metodikadan boshqa sohalarida, hatto ijtimoiy turmushda ham foydalanish mumkin). Demak, o‘zingizga shunday savol berishingiz lozim: “Nima meni kasbiy faoliyatimda xavotirga solmoqda?” Javob: “Mening talabalarim o‘qishni xohlashmaydi”. Buni “talabalarning past motivatsiyalanganligi muammosi” shaklida shakllantirish yoki bo‘lmasa boshqa shaklda bayon etish mumkin, lekin uning mazmun-mohiyati o‘zgarmaydi. Asosiysi muammo aniq-ravshan bayon etilgan va iloji boricha qisqa bo‘lishi zarur.

2. Sabablar.

Bu yerda yordamchi savol “Ushbu muammoning paydo bo‘lishiga nima sabab hisoblanadi?” Sabablar “emas” va “yo‘q” orqali izohlanadi. Ular bir nechta bo‘lishlari mumkin.

Biz talabalarning past motivatsiyalanganligi muammosi misolida ko‘rib chiqishni davom ettirgan holda sabablarni keltirib o‘tamiz.

1. **Muammo:** Talabalar o‘qishni xohlashmaydi.

2. **Sabablar:**

-o‘qituvchi talabalarni qanday qiziqtirishni bilmaydi;

-o‘qituvchi zaruriy metodikani egallamagan;

-o‘qituvchi muammoli vaziyat orqali o‘qitishni bilmaydi.

Sabablarni shakllantirishda faqatgina loyiha guruhi ishtirokchisi (yoki guruhning o‘zi) cheklangan vaqt va cheklangan resurslar bilan ta’sir etishi mumkin bo‘lganlarinigina qoldirishlari tavsiya etiladi. Umuman ta’sir qilishning iloji bo‘lmagan (masalan, ularni hal etish sizning vakolatingizga kirmaydigan) yoki loyiha bo‘yicha belgilangan vaqt oralig‘ida shakllantirishning mantig‘i yo‘q bo‘lgan sababli keltirish kerak emas.

Sabablar bilan ishlashda birinchi sababdan yoki yoki ikkinchi darajadagi sabablardan kelib chiqadigan muammo bilan aralashtirmaslik lozim.

Ko‘pgina o‘qituvchilarning talabalarning past motivatsiyalanganligini o‘z predmetiga qiziqishning yo‘qligida deb hisoblashlariga qaramasdan buni birinchi sabab deb bo‘lmaydi. Bu ko‘proq oqibat.

Sababni oqibatdan qanday qilib farqlash mumkin, nima birinchi darajali hisoblanadi? Buning uchun savol berish lozim: “Buning orqasida nima turibdi?”, ya’ni buning orqasida nima va keyingisining orqasida nima turibdi-to sabab va oqibat zanjiri mantiqan tugamagunicha davom etadi. Buni misolda izohlaymiz.

Talabalar o‘qishmaydi-sabab: talabalarga fan qiziqarli emas. Sabab nimada? Darsda ular uchun zerikarli. Ular darsda passiv. Dars ular uchun zerikali va ularning hech nima qilishni xohlashmasliklariga sabab nimada? O‘qituvchi ularni qanday qiziqtirishni, qanday faol qilishni bilmaydi. Nimaga o‘qituvchi bilmaydi? U metodikani o‘rganmagan, unda zaruriy bilimlar yo‘q.

3. Maqsad.

Maqsad – bu muammodan oynadagidek kabi aks etadigan narsa. Shunday ta’riflash ham bor : “*maqsad-bu muammoning oynadagi aksi*”. Agarda muammo - bu “*minus*” belgisidagi vaziyat bo‘lgan bo‘lsa, unda oynada hammasi teskarisiga aks etadi: vaziyat “*plyus*”ga o‘zgaradi, va muammo maqsad sifatida aks etadi. Bizning muammomiz “*Talabalar o‘qishni xohlashmaydi*” edi. Demak, bizning maqsadimiz- “*Talabalarni o‘qishni xohlaydigan qilish*” bo‘ladi.

4. Vazifalar.

Vazifalar sabablardan kelib chiqib “aks etadi”, boshqacha aytganda vazifalar – bu sabablarning oynadagi aksi. Sabablar nechta bo‘lgan bo‘lsa – har bir sabab (minus-vaziyat)dan o‘zining vazifasi (plyus-vaziyat)ni aks ettiradigan shuncha vazifalar qo‘yilishi kerak.

Misol keltiramiz. Sabablar.

A) O‘qituvchi talabalarni qanday qiziqtirishni bilmaydi – *vazifa: talabalarni qiziqtirishni bilish.*

B) O‘qituvchi zaruriy metodikaga ega emas – *vazifa: metodikani egallash.*

V) O‘qituvchi muammoli vaziyat orqali o‘qitishni bilmaydi – *vazifa:*

muammoli o'qitish kontekstida ishlashni o'rganish.

5. Chora-tadbirlar.

Chora-tadbirlarni qanday rejalashtirish kerakligini bilish uchun, o'ziga: qo'yilgan vazifani qanday hal qilish kerak, qanday xatti-harakatlar zarur? degan savolni berish lozim.

Chora-tadbirlar mantiqan vazifalardan kelib chiqadi. Har bir vazifa bir nechta bosqichlarda hal etilishi, yechimi esa bir nechta qadamlardan tarkib topgan bo'lishi mumkin. Ushbu qadamlar chora-tadbirlar hisoblanadi, ya'ni vazifalarni hal etish uchun bajariladigan zaruriy aniq xatti-harakatlar. Bunda: sanab o'tilgan vazifalarning har birini hal etish uchun qancha chora-tadbirlar kerak? degan savolga javob berish lozim.

Lekin chora-tadbirni o'ylab topish unchalik murakkab emas. Bunda qiyinchilik ularni bajarish borasidagi mas'uliyatni, nima aynan qilinishini va kim ularni o'z bo'yniga olishi hisoblanadi. Shunday ibora bor: "keyin kimdan so'raladi?" Aynan mana shuning uchun bu metodikaga "mas'ullar" degan belgi bor.

Misollar keltiramiz.

1. **Vazifa:** talabalarni qanday qilib qiziqtirishni bilish.
chora-tadbir, mas'ullar.

1.1. Motivatsiya bilan ishlashning qanday vositalari borligini Internetdan bilish.

Ushbu vazifani A.Abdullaevga topshirish, sababi u internetda ishlash imkoniyatiga va axbrotlarni yig'ish borasida yuqori malaka va ko'nikmaga ega. Undan o'ying oxirigacha bu borada topgan barcha materiallarni berishini so'rash.

1.2. Motivatsion trening va seminarlarga borish.

1.3. O'zingiz olib boradigan fan bo'yicha boshqa (masalan, OTM yoki kafedradagi) o'qituvchining ochiq darsida ishtirok etish.

2. **Vazifa:** men olib boradigan predmetning qiziq va kerakli bo'lishi uchun talabalar bilan ishlash metodikasini egallash.

Chora-tadbir, mas'ullar.

2.1. Loyihalar metodi haqidagi adabiyotlarni topish va o'rganish.

2.2. Malaka oshirish markazida, loyihalar metodi bo'yicha malaka oshirish kursi borligini aniqlash va unda malaka oshirish.

2.3. O'qituvchilardan kimlar o'z darslarida loyihalash metodikasidan foydalanishini bilish.

3. **Vazifa:** DTSda ko'rsatilganidek muammoli o'qitish mazmunida ishlashni o'rganish.

Chora-tadbir, mas'ullar.

3.1. Jurnallardagi muammoli vaziyatlar orqali o‘qitish to‘g‘risidagi maqolalarni o‘qish.

3.2. Innovatsion ta‘lim berish borasidagi vebinar darslarga qatnashish.

3.3. Kafedradan muammoli o‘qitish borasidagi bir nechta prezentatsiyalarni olish va ularni o‘rganish.

Yuqoridagilardan keyin siz muammoli dars o‘tish borasidagi o‘z fikringizni bayon etasiz: adabiyotlarni o‘rganish, vebinarlar, hamkasblar bilan prezentatsiyalarni ko‘rib chiqish va o‘rganish. Agarda murakkabliklar bo‘lsa ushbu metodika bo‘yicha o‘qitish kurslarini tugatishingizga to‘g‘ri keladi.

Shunday qilib, bizning misolimiz bo‘yicha vazifalarni yechish uchun rejalashtiriladigan barcha chora-tadbirlarning mazmun-mohiyatini yetarlicha ko‘rib chiqdik.

6. Resurs.

Resurs – bu o‘z muammomizni hal etish uchun biz ega bo‘lgan, ya‘ni biz nimaga ishonimiz mumkin bo‘lgan narsamizdir. “Oyna”-metodikasi bo‘yicha ishlaganda o‘qituvchilar tomonidan ro‘y beriladigan xatolik ko‘pincha to‘liq imkoniyatga ega bo‘lmagan resurslarni qayd etishi holatlarida masalan, umuman olganda Internet bo‘lganligi bilan uning talab darajasi (kompyuterlar quvvati, tezligi, imkoniyati va h.k.lar)da ishlamaslik holatlarida kelib chiqishi mumkin. Bunday holatlarda Internetni resurs sifatida ko‘rsatish mumkin emas, sababi u bilan bog‘liq bo‘lgan chora-tadbirlarni sifatli darajada amalga oshirish imkoniyati bo‘lmasligi mumkin. Shuningdek, pullarni ham ko‘p holatlarda resurs sifatida ko‘rsatishadi, natijada ko‘pgina salbiy holatlar kelib chiqishi mumkin.

Resurslar nafaqat tashqi, balki ichki ham bo‘lishadi. Eng qudratli bo‘lgan resursni aksariyat holatlarda ko‘rsatishni unitishadi va unga tayanish mumkinligi to‘g‘risida qayd etishmaydi. Bu – professor-o‘qituvchilarning mazkur muammo bo‘yicha shug‘ullanish borasidagi xohish-istaklari.

Vaqt - bu ham esdan chiqarish mumkin bo‘lmagan muhim resurs. Masalan, sizning atrofingizdagi kishilarning qaysi birida siz bilan ushbu muammoni hal etish bilan shug‘ullanish uchun vaqt bor? Kimning siz tomoningizdan rejalashtirilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishi uchun vaqti bor va siz unga yuklashingiz mumkinmi?

Aloqalar (munosabatlar) - yana bitta resurs. Insonlar bilan ishbilarmonlik va norasmiy aloqalar sizning muammolaringizni yechishda yordam berishi mumkin, shu sababli ushbu punktda ularni ham ko‘rastib o‘tish kerak bo‘ladi.

7. Mahsulot

Mahsulot sifatida sizning muammongizni hal etish natijasida olingan narsani hisoblash mumkin. Buning uchun o‘zingizga savol berish kerak bo‘ladi: mening

kasbiy amaliyotimda (yoki umuman mening haytimda) qanday yangilik ro'y beradi, qachon mening muammom hal bo'ladi? Mahsulot odatda kim? nima? savoliga javob beradi.

Bizning misolimizda mahsulot bilan talabalar qiziqishadi. Ushbu asosiy mahsulot atrofidagi ish jarayonida biz bir nechta qo'shimcha mahsulotlarni olamiz: o'qigan o'qituvchi, u ishlay olishi mumkin bo'lgan metodikalar komplekti, darslarda foydalanishi mumkin bo'lgan didaktik materiallar va qo'llanmalar, multimediya vositalari. Mohiyati bo'yicha har bir rejalashtirilgan chora-tadbirlar ba'zi bir mahsulotlarda aks ettirilishi mumkin: dastur, ssenariyalar, reja, videofilm va hk.larda. Biz olgan mahsulotimizning yaxshiligini qanday bilamiz? Balki bu biz kutgan mahsulot emasmikin? Buning uchun quyidagi punkt kerak: samaradorlik mezonlari.

8. Samaradorlik mezonlari

Ushbu punktni to'ldirish uchun o'zingizga savol berishingiz kerak: "Nimani yaxshi natija deb hisoblash kerak?" yoki "Men o'z mahsulotim yaxshiligini qanday bilib olaman, u meni qanoatlantiradimi?"

Bizning misolimizda, mahsulot bu o'qishga qiziqgan talaba, samaradorlik mezonlari esa quyidagi ko'rsatkichlar (mezonlar) yordamida aniqlashingiz mumkin bo'lgan, ya'ni talabalarning sizning predmetingizni o'rganishga bo'lgan xohishlari bo'ladi:

1. Talabalarning darsdagi faolligi: eshitishadi, savollar berishadi, muloqotda ishtirok etishadi, ko'zingizga to'g'ri qarashadi, bemalol javob berishadi, gipotezalar tuzishadi, muhokamalarda ishtirok etishadi.

2. Uy vazifalarni bajarish: ularga vazifalarni bajarish yoqadi, bunga ijodiy yondashishadi, norasmiy jihatdan o'z variantlarini taklif etishadi, murakkabliklarni baham ko'rishadi, bajarishganlari to'g'risida xursandchilik bilan gapirishadi.

3. Sizning faningiz bo'yicha talabalar nazorat ishlarini bajarishadi, doskada javob berishadi, daomat oshdi, talabalar olimpiadalarda qatnashishadi.

Bu yerda shuningdek, natijalarni tekshirish uchun nazorat-o'lchash materiallari komplekti (NO'MK)ni tanlash muhim. Hal etilayotgan muammoga bog'liq holda samaradorlik mezonlari, shu jumladan, NO'MK zaruriy diagnostikadan kelib chiqib o'zgarishlari mumkin. Faqatgina olingan natijalarni baholagandan keyingina uning kerak bo'lgan natijadorligini va maqsadga o'zgartirishlar kiritishga zaruriyat yo'qligini anglash mumkin.

Va nihoyat biz oxirgi punktga yetib keldik: muammoning ishlanganligi darajasi.

9. Muammoning ishlanganligi darajasi

Ushbu punktni to'ldirish kimning tajribasiga tayanish mumkinligini bilish

uchun kerak bo‘ladi. Va bu olimlar yoki butun bir ilmiy maktab tajribasi bo‘lishi shart emas. Bu odatda amaliyotda ushbu muammo bilan to‘qnashgan va uni hal etgan oddiy o‘qituvchi-hamkasb yoki xohlagan kishi bo‘lishi mumkin.

Bizning misolimizda bunga o‘qituvchining DTS, shu jumladan hamkasblar tajribasi bo‘yicha vazifalarni hal etish jarayoniga murojaat qiladigan barcha nashrdan chiqqan maqolalarni, kitob va qo‘llanmalarni kiritish mumkin.

Mustaqil ish uchun vazifa.

Endi Siz qo‘yida keltirilgan savollarga javob berishingiz kerak.

- 1) Muallif tomonidan tanlangan muammo Sizning fikringizcha dolzarbmi?
- 2) O‘qituvchining kompetensiyasi ushbu masalani hal yetishga qodirmi?
- 3) Barcha sabablar realmi va o‘z kuchi bilan hal etsa bo‘ladimi?
- 4) Ko‘rsatilgan sabablar birinchi darajalimi yoki oqibatlarimi?
- 5) U orqali muammolar kelib chiqishi mumkin bo‘lgan qo‘shimcha sabablar bormi? Agarda “ha” bo‘lsa ularni sanab o‘ting.
- 6) Shakllantirilgan maqsad aniq-ravshanmi: u yetarlicha konkretlashtirilganmi? Uning yutuqlarini qayd etish mumkinmi?
- 7) Ishlab chiqaruvchilar kompetensiyasida bayon etilgan vazifalarni hal etish mavjudmi? Har bir vazifani hal etish bo‘yicha resurslar bormi?
- 8) Har bir vazifani yechish bo‘yicha keltirilgan chora-tadbirlar yetarlimi? Ularga o‘zgartirishlar (korrektirovkalash) kiritish kerakmi? Agarda “ha” bo‘lsa o‘zgartirish kiriting.
- 9) Mezonlar to‘g‘ri tanlanganmi va ular bo‘yicha muammo va vazifalarni hal etish darajasini aniqlash mumkinmi? Agarda mezonlarni o‘zgartirish lozim deb hisoblasangiz ularni aniqlashtiring.

Topshiriq.

Yuqorida ta’kidlab o‘tilganidek, siz hal etishingiz mumkin bo‘lgan ichki va tashqi muammolar Sizning tashkilotingiz rivojlanishidagi ustuvor yo‘nalishlar bo‘ladi.

“Amaliyotda innovatsion tarkibiy o‘zgarishlar oynasi” metodikasi bo‘yicha o‘zingiz faoliyat yuritayotgan oliy ta’lim muassasangizda universitet 3.0 modeliga o‘tish borasidagi bitta aniq muammoni tanlang va uni yuqoridagi keltirib o‘tilgan 9 ta ketma-ketliklar bo‘yicha hal etish yo‘llarini asoslab bering.

V. ГЛОССАРИЙ

V. GLOSSARIY

Termin	O‘zbek tilidagi sharhi
"Akademik tadbirkorlik" -	bu tadqiqotchilar va olimlarning rivojlanishini tijoratlashtirishda ishtirok etishini (o‘z ishlanmalari bilan tijoratlashtirishda ishtirok etishini) anglatadi.
Benchmarking (ingl. Benchmarking) -	bu o‘z tashkiloti (o‘z mamlakatida yoki xorijda faoliyat ko‘rsatayotgan tarmog‘iga yoki tarmoqqa taalluqligidan qat’iy nazar jarayonlari o‘xshash tashkilotlardan) faoliyatini yaxshilash uchun boshqa tashkilotlarning ilg‘or tajribasini o‘rganish, amaliyotiga moslashish jarayoni.
Boshqaruv strategiyasi -	bu strategik maqsadni amalga oshirishga qaratilgan faoliyatdir.
Davlat ilmiy-texnik dasturlari -	resurslar, ijrochilar va ularni bajarish bo‘yicha kelishilgan fundamental va amaliy ilmiy tadqiqotlar, innovatsion ilmiy-texnik ishlar va boshqa dasturiy faoliyat(loyiha)larni amalga oshirish majmui, qo‘yilgan masalada zarur maqsad va yechimlarga erishishni ta’minlovchi ilmiy tadqiqot shakli.
Idoralararo ilmiy texnik kengash -	har bir fan yo‘nalishi bo‘yicha vazirlikning ilmiy-texnik siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirishga ko‘maklashadigan, davlat ilmiy-texnik dasturlari doirasida bajariladigan ilmiy-texnik loyihalarni baholash, ekspertiza qilish va monitoringdan o‘tkazish bilan bog‘liq ishlarni amalga oshiradigan, tegishli fan sohalarining yetakchi olimlari va mutaxassislaridan iborat, jamoatchilik asosida faoliyat yuritadigan ilmiy-texnik jamoa.
Ijtimoiy innovatsiya -	bu sotsium hayot faoliyatini yangilashning

	yangi usuli: ta'lim, xizmat ko'rsatish, boshqaruv tizimi, ijtimoiy yordam va ijtimoiy nizolarni hal etish.
Innovatsiya -	fuqarolik muomalasiga kiritilgan yoki shaxsiy ehtiyojlar uchun foydalaniladigan, qo'llanilishi amaliyotda katta ijtimoiy-iqtisodiy samaraga erishishni ta'minlaydigan yangi ishlanma.
Innovatsion infratuzilma -	innovatsion faoliyatni moddiy-texnik, moliyaviy, tashkiliy-uslubiy, axborot, konsultativ va boshqa jihatdan ta'minlaydigan korxonalar, tashkilotlar, muassasalar, mulkchilikning istalgan shaklidagi ular birlashmalarining majmui.
Innovatsion loyiha -	yangi ishlanmalar yaratish uchun bajarish muddatlarini, ijrochilarni, moliyalashtirish manbalarini va tegishli infratuzilmani shakllantirishni nazarda tutuvchi tadbirlar majmui.
Innovatsion tabirkorlik -	texnik-texnologik va sotsioijtimoiy yangiliklarni yaratish va tijoratlashtirish maqsadida foydalanish jarayoni.
Innovatsion faoliyat -	yangi ishlanmalarni tashkil etish, shuningdek ishlab chiqarish sohasida ularning o'tkazilishi va amalga oshirilishini ta'minlash bo'yicha faoliyat.
Innovatsiyalar yaratish uchun davlat buyurtmasi -	O'zbekiston Respublikasi Davlat budjeti mablag'lari va qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa manbalar hisobiga innovatsion loyihani bajarish uchun topshiriq.
Innovatsion ekotizim -	bu o'zini saralash tizimi, samarali "o'zgartirishlar jamoasini" shakllantirish , strategik boshqaruvga o'tish
Marketing -	inglizcha "market" degan so'zdan kelib chiqqan bo'lib aynan "bozor faoliyati" degan ma'noani anglatadi.
Marketing strategiyasi -	an'anaviy tarzda «4R» - tovar (product), narx

	(price), taqsimlash(joylashuv) kanallari (place) va kommunikatsiya (promotion) asoslanadi.
Maqsadli davlat ilmiy-tadqiqot dasturlari -	Respublika iqtisodiyoti tarmoqlarining aniq muammolarini hal qilish, raqobatbardosh ilmiy hajmdor mahalliy mahsulotlar ishlab chiqarishni o'zlashtirishga yo'naltirilgan ilmiy tadqiqotlar shakli.
OTMlarni boshqarish modellari -	davlat tomonidan boshqarilish; qisman avtonomlik; qisman mustaqillik; mustaqillik.
Strategiya -	yunoncha (“strategos”) so‘z bo‘lib, “general san’ati” degan ma’noni bildiradi. Hozirda strategiya tushunchasi insonlar dunyoqarashining ajralmas elementi bo‘lib hisoblanadi.
Strategiya -	bu istiqbolni tadqiq qilish, turli ssenariyalarni tahlil etish san’ati hamda istiqbolda raqobat kurashida afzallik beruvchi g‘oyadir.
Strategik menejment -	o‘z ichiga ham ishlanmani ham strategiyani amalga oshirishni qamraydigan tashkilotlar barcha vazifalarini qamraydi.
Strategik rejalashtirish -	strategik boshqarishning asosiy funksiyalaridan biri hisoblanadi. Yoki bo‘lmasa, yanada aniqroq qilib aytganda, “Strategik rejalashtirish-bu rejalashtirishlar bo‘yicha boshqarish bo‘lsa, strategik menejment-bu natijalar bo‘yicha boshqarishdir”.
Tadbirkorlik universiteti -	bu: <i>birinchidan</i> , universitet-o‘z missiyasi doirasida tadbirkor; <i>ikinchidan</i> , universitet-innovator. Uning sub’ektlari innovatsion, uning faoliyati innovatsion, uning mahsuloti innovatsion; <i>uchinchidan</i> , universitet-integrator. Uning barcha sub’ektlari faoliyati yakuniy natijaga yo'naltirilgan bo‘lib mintaqaviy hamjamiyatga hamohang tarzda amalga oshiriladi. U yetakchi mahalliy va xorijiy OTMlar bilan hamkorlikdagi

	“strategik birlashmalar”ning ishtirokchisi hisoblanadi.
Tadbirkorlik universitetining mazmun-mohiyati -	yangiliklar (innovatsiyalar)ga intilish; tavakkalchilikni bilish; o‘z kuchiga ishonish; o‘z mustaqilligini his etish.
Tadbirkorlik universiteti(TU) missiyasi -	madaniy-ta’lim; ilmiy-tadqiqot; innovatsion-tadbirkorlik.
Ta’lim -	bu iqtisodiyot, madaniyat va ijtimoiy turmush sohasida yuqori unumdorlikni ta’minlashga imkon beruvchi kapital qo‘yilma bo‘lib, inson hayot sifatining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi
Ta’limda zamonaviy sifat menejmenti -	bu rahbarlik va qo‘llab-quvvatlashning samarali tarkibi bo‘lib, qo‘yilgan vazifalarning bajarilishini ta’minlaydi. OTMda sifat menejmenti g‘oyalari va usullaridan foydalanish barcha bo‘g‘inlarda: OTM darajasida, uning bo‘limlarida, fakultet va kafedralarida, talabalar bilimi, malakasi va ko‘nikmalari shakllanadigan va iste’molchilar uchun “qadriyatlar, qiymatlar” yaratiladigan auditoriyalarida amalga oshirilishi zarur.
Ta’limda marketing -	bu budjetdan tashqari mablag‘larni jalb qilish bo‘yicha faoliyatning eng muhim yo‘nalishlaridan biri.
Ta’lim xizmatiga yo‘naltirilgan marketing -	ta’lim muassasi faoliyati yangi ta’lim xizmatlarini yaratishga yoki mavjudlarini takomillashtirishga qaratilgan.
Texnologiya -	1) ishlab chiqarish jarayonida xom ashyo, material yoki yarim fabrikatlar holati, xossasi shaklini o‘zgartirish, ularga ishlov berish, tayyorlash usullarining majmui; 2) xom ashyolar, materiallar yoki yarimfabrikatlarga tegishli ishlab chiqarish qurollari yordamida ta’sir etish usullari haqidagi fan.
Texnologiyalarni	bu iste’molchi (xaridor) bilimlardan

tijorlashtirish -	foydalanish huquqini olgan va o'z egasiga (texnologiyalarni ishlab chiquvchisiga) u yoki bu shaklda litsenziya (yoki boshqa) bitim shartlarida belgilangan miqdorda haq to'laydigan texnologik uzatish shakli.
Texnologiyalar transferi -	bu ko'nikmalar, bilimlar, texnologiyalar, ishlanmalar, ishlab chiqarish usullari, ishlab chiqarish namunalari va vositalarini ishlab chiqaruvchilardan foydalanuvchilarning keng doirasiga yetkazish jarayoni.
Texnologiyalar transferi -	yangi ishlanmani u olinadigan (ishlab chiqariladigan) sohadan amalda qo'llash sohasiga o'tkazishga qaratilgan tadbirlar majmui.
Tijorlashtirish -	ilmiy-tadqiqot, tajriba-konstruktorlik, texnologik ishlar hamda innovatsion ishlanmalar natijalarini iqtisodiy aylanmaga (fuqarolik muomalasi)ga kiritish.
“To'rtinchi spiral” tamoyili g'oyasi -	universitetning davlat, biznes va texnoparklar (iste'molchi buyurtmachilarning manfaatlarini ifodlovchi sifatidagi) bilan hamkorligi.
Universitet -	bu fundamental va ko'pgina amaliy fanlar bo'yicha mutaxassislar tahsil olishadigan oliy ta'lim muassasi.
Universitet - 1.0 -	bu asosiy funksiyasi bilimlar yetkazilishi va kadrlar tayyorlash, ya'ni ta'lim berishdan iborat bo'lgan muassasa.
Universitet - 2.0 -	bu ta'lim xizmatlari va ilmiy izlanishlarni taqdim etish bilan cheklangan, ixtirolarni tijorlashtirish talab qilinmagan - amaliy tadqiqotlar va ilmiy-texnik ishlanmalar bilan bog'liq vazifalarni amalga oshiruvchi muassasa.
Universitet 3.0 (Tadbirkorlik universiteti) -	bu: birinchidan, universitet-o'z missiyasi doirasida tadbirkor; ikinchidan, universitet-innovator. Uning sub'ektlari innovatsion,

	uning faoliyati innovatsion, uning mahsuloti innovatsion; uchinchidan, universitet-integrator.
“Uchala spiral” modelining asosi -	biznes, hukumat va universitetning o‘zaro hamkorlikdagi tadbirkorlik faoliyati imkoniyati tamoyili; hukumat, biznes va ta’lim modelida ular bir-biriga chambarchas bog‘liq bo‘lib, innovatsion iqtisodiyotda universitet bosh rolni o‘ynaydi; ko‘rsatilgan sub’ektlar orasidagi o‘zaro munosabatlar borgan sari yaqinlashib, chegaralar bosqichma-bosqich yo‘qolib bormoqda.
Fan -	bizni qurshab turgan dunyo to‘g‘risida ob’ektiv aniq bilimlarni ishlab chiqish bo‘yicha inson samarali faoliyatining alohida sohasi bo‘lib, borliq haqidagi ob’ektiv bilimlarni ishlab chiqish va nazariy tomondan sistemalashtirish uning vazifasi hisoblanadi.
Fan va texnologiyalarning ustuvor yo‘nalishlari -	jahon fanining ilg‘or yutuqlari, innovatsion ishlanmalar va texnologiyalar asosida mamlakatni jadal rivojlantirish, iqtisodiyotining xalqaro maydondagi raqobatbardoshligini oshirish, inson kapitalini rivojlantirish, shuningdek, davlat siyosatining mazmun-mohiyati va davlat budjeti mablag‘laridan oqilona foydalanish zaruratidan kelib chiqadigan ilmiy tadqiqot va innovatsion ishlanmalarning fan sohalari;
yangi ishlanma -	mavjud o‘xshash intellektual faoliyat natijalariga nisbatan yangi belgilarga ega bo‘lgan, amalda qo‘llash mumkin bo‘lgan va amaliyotda undan foydalanganda katta ijtimoiy-iqtisodiy samaraga erishishni

	ta'minlay oladigan intellektual faoliyat natijasi (ishlab chiqarish, ma'muriy, tijorat yoki boshqa xususiyatga ega yangi yoki mukammal texnologiya, xizmat va tashkiliy-texnik yechim).
spin-off -	spinoflar (“ <i>reklama, xabar jo ‘natish</i> ”, “hamkorlikdagi natija”) -tijorat maqsadidagi tadbirkorlik kompaniyalarini yaratish. Spin-off kompaniyalari universitet sharoitida texnologiyalarni tijoratlashtirishning eng muvaffaqiyatli va samarali shakli deb hisoblanadi.
star-up -	startaplar (“ <i>jarayonning boshlanishi</i> ”) asosan yoshlardan iborat bo‘lgan yangi jamoalar muvaffaqiyati
SWOT- tahlili -	bu strategik rejalashtirish doirasida ichki muhitni tahlil etishning mashhur usullaridan biri.

VI. ADABIYOTLAR RO‘YXATI

VI. ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining asarlari:

1. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – T.: “O‘zbekiston”, 2017. – 488 b.
2. Mirziyoev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat’iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz. 1-jild. – T.: “O‘zbekiston”, 2017. – 592 b.
3. Mirziyoev Sh.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. T.: “O‘zbekiston”, 2018. – 507 b.
4. Mirziyoev Sh.M. Niyati ulug‘ xalqning ishi ham ulug‘, hayoti yorug‘ va kelajagi farovon bo‘ladi. 3-jild.– T.: “O‘zbekiston”, 2019. – 400 b.
5. Mirziyoev Sh.M. Milliy tiklanishdan – milliy yuksalish sari. 4-jild.– T.: “O‘zbekiston”, 2020. – 400 b.

II. Normativ-huquqiy hujjatlar:

6. O‘zbekiston Respublikasining 2019 yil 29 oktabr “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to‘g‘risida”gi O‘RQ-576-sonli Qonuni
7. O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 24 iyulda «Innovatsion faoliyat to‘g‘risida» gi O‘RQ-630-sonli Qonuni.
8. O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentabrda qabul qilingan “Ta’lim to‘g‘risida”gi O‘RQ-637-sonli Qonuni.
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevral “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi 4947-sonli Farmoni.
10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 20 aprel "Oliy ta’lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-2909-sonli Qarori.
11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentabr “2019-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5544-sonli Farmoni.
12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 27 avgust “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to‘g‘risida”gi PF-5789-sonli Farmoni.
13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni,
14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni.

15. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 oktabrda “Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida” gi PF-6097-sonli Farmoni.

16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2020 yil 25 yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

17. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktabr “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmoni.

18. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2020 yil 25 yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

III. Maxsus adabiyotlar:

43. Бадеева, Е.А. (2012), Университетское планирование в рамках протсессного подхода: монография, Москва: Издательский дом Академии Естествознания. [хтгп://эсоном.кхсу.ру](http://эсоном.кхсу.ру) [Доступ 24 марта 2010 г.]

44. Балмасова Т.А. «Третья миссия университета» –новый вектор развития? // Высшее образование в России. – 2016. – № 8-9. – С. 48-55.

45. Ватагина М.В. Стратегические направления в развитии маркетинговой деятельности вузов// Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России№2(42)2009. С.113-116.

46. Веретенникова, О. Б., Дрантусова, Н. В., Ключев, А. К., Кортков, С. В., Майданик, В. И., Малышева, Л. А., Попова, Л. Н. (2008), Разработка стратегии образовательного учреждения: методические рекомендации, Екатеринбург: Университетское управление: практика и анализ.

47. Виссема Ёхан Г. Университет третьего поколения: управление университетом в переходный период. – М.: Сбербанк, 2016. – 422 с.

48. Волкова Н. С. Анализ системы дополнительного профессионального образования России и его рол в современных условиях // Молодой ученый. — 2012. — №5. — С. 412-415. — УРЛ [хтгпс://moluch.ru/архиве/40/4761/](http://moluch.ru/архиве/40/4761/) (дата обращения: 28.08.2019).

49. Гафуров И.Р., Василев В.Л., Кашбиева Р.Р. Инновационные кластеры и сотсиально-экономическое развитие регионов: анализ методических подходов. – М.: «Анкил», 2012. – 292 с.

50. Головки Н.В., Зиневич О.В., Рузакина Е.А. Университет третьего поколения: Б. Кларк и Ё. Уисема // Высшее образование в России. – 2016. – № 9. – С. 40-47.

51. Исправление расширением. Гуманитарному образованию вернули право на развитие // Поиск. – 2017. – № 5(1443). – С. 8.

52. Каким должен быть университет будущего? – УРЛ: <http://индикатор.ливежоурнал.com/24905.html>. Движение имиджей. Российские вузы крепнут в борьбе // Поиск. – 2016. – № 25(1411). – С. 6.

53. Каргин Д.Б. Предпринимательское образование, предпринимательский университет, коммерциализация технологий. Астана, 2016: <http://www.эну.кз/> download/ материалс/ Каргин. Предпринимательское образование.pdf.

54. Касаткина Е. А. Градобоев В. В. Место бенчмаркинга в международной конкурентной среде // Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». — 2012. — № 6–1

55. Клаус Шваб «Четвертая промышленная революция»: Э. Москва. 2016. 48 с.

56. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. – 2007. – № 1. – С. 49-62.

57. Красинская Л.Ф. Модернизация, оптимизация, бюрократизация...Что ожидает высшую школу завтра? // Высшее образование в России. – 2016. – № 3. – С. 73-82.

58. Ксендзова Г. Ф. Тенденции развития маркетингового управления на рынке образовательных услуг // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – № 3. – С. 118–121.

59. Луман Н. Введение в системную теорию. – М.: Изд-во «Логос», 2007. – 360 с.

60. Хагуров Т.А. Высшее образование: между служением и услугой // Высшее образование в России. – 2011. – № 4. – С. 47-57.

61. Лагутина Е. Е., Леонгардт В. А., Шапошников В. А. Профессиональное образование по специальности «маркетинг» как товар в системе маркетинга // Вестник ЮУрГУ. – 2010. – № 7. – С. 98–101.

62. Мамонтов, С.А. (2001), Сфера образования как многоуровневая маркетинговая система, Москва: Финпресс.

63. Мягков Г.П., Бухараев В.М. Трансформация классического университета в условиях «текущей современности» // Классический университет: история и современность: материалы Всеросс. с международным участием научно-практической конференции, посвященной 85-летию Удмуртского гос. ун-та; Ижевск, 3-4 февраля 2016 г. /отв. ред. и сост. В.В. Пузанов, Д.В. Репников. – Ижевск: Издат. центр «Удмуртский университет», 2016. – С. 56-61.

64. Николаева Е.М., Щелкунов М.Д., Ившина О.Я. Феноменология потребительства. Личностное и институциональное измерения. – Казан: Изд-во Казанский ун-т, 2014. – 160 с.

65. Тазарбеков К.А. К разработке «Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет». Тезисы.- алматы: Университет «Туран», 2016. -36 с.

66. Паспорт приоритетного проекта «Вузы как центры пространства создания инноваций». – УРЛ: <http://government.ru/медиа/флес/ОнТУмегФЛНж5Уктас57йWГ1ЕтМГ9АБе.пдф>

67. Шуклина З. Н., Эшонов Р. Р., Хаданович Н. В. Выбор инструментов и стратегий бенчмаркинга в рискованной конкурентной среде // Молодой ученый. — 2017. — №12. — С. 387-392. — УРЛ

68. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М. Образование в ХХИ веке: перед лицом новых вызовов. – Казан: Казан. гос. ун-т, 2010. – 156 с.

69. Эфендиев, А.Г., Кратко И.Г., Латышова Л.С. (2004), Маркетинговая активность вуза на рынке образовательных услуг и рынке труда, Москва: АНО «Академия менеджмента и бизнес–администрирования», ИД «Экономическая газета».

70. Хершген Г.Д. Маркетинг: Учебник для вузов. М.: ИНФРА–М, 2000.354 с.

71. Хруский В.Е. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2003.

72. Черчилл Г.А. Маркетинговые исследования: Маркетинг для профессионалов. СПб. Питер, 2000.

73. Шадриков В., Геворкян Е. О процедуре комплексной оценки вуза // Высшее образование в России. 2001. № 1.

74. Шульс Д.Е., Танненбаум С.С., Лаутерборн Р.Ф. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации: Пер. с англ. М.: ИНФРА–М, 2004.

75. Щелкунов М.Д. Университеты перед лицом глобальных вызовов: российский путь // Поиск. Альтернативы. Выбор. – 2016. – № 3. – С. 48-59.

76. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Фурсова В.В. На пути к международному признанию: Казанский федеральный университет как субъект глобального пространства высшего образования. – Казан: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 140 с.

77. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. М.: Сирин, 2004.

78. Энджел Д., Минnard П.У. Поведение потребителей. СПб. Питер Ком, 2000.

79. Эриашвили НД. Маркетинг: Учебник. М.: ЮНИТИ, 2003.

80. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации: современная креативная реклама. М.: Фаир-Пресс. 2003.

IV. Internet saytlar:

7. <http://edu.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi

8. <http://lex.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma‘lumotlari milliy bazasi

9. <http://bimm.uz> – Oliy ta‘lim tizimi pedagog va rahbar kadrlarini qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni tashkil etish bosh ilmiy-metodik markazi

10. <http://ziyonet.uz> – Ta‘lim portali Ziyonet

11. <http://natlib.uz> – Alisher Navoiy nomidagi O‘zbekiston Milliy kutubxonasi

12. <http://tmetod.uz> – TDPU huzuridagi pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish tarmoq markazi.