

HUDUDIIY MEHNAT BOZORINING RAQAMLI KO'NIKMALARGA BO'LGAN TALABINI OTM TA'LIM XIZMATLARI MARKETING STRATEGIYASIGA INTEGRATSIYALASH

Tog'ayev Muzrob Nemat o'g'li

Toshkent shahar Oriental Universiteti 1-kurs magistiranti

*Tashkent shahar kasbiy ta'lim boqarmasi Ta'lim jarayonini tashkil etish va kasbiy
rivojlantirish shobasi bosh mutaxassisi.*

muzrobtogayev@gmail.com

B.N.Pulatov

Ilmiy rahbar: f.-m.f.n. dots.

Annotatsiya. Biz ushbu tezisda hududiy mehnat bozorining raqamli ko'nikmalarga bo'lgan talabini oliy ta'lim muassasalari (OTM) ta'lim xizmatlari marketing strategiyasiga integratsiyalash masalalarini tahlil qilib chiqamiz. Va u orqali ta'lim xizmatlarining mehnat bozori ehtiyojlariga mosligini oshirish maqsad qilingan. Tadqiqotda hududiy mehnat bozori talablari, raqamli kompetensiyalar, ta'lim xizmatlari marketingi hamda ta'lim dasturlarini moslashtirish masalalari ko'rib chiqilgan. Hududiy ehtiyojlarni muntazam o'rganish OTMlarga marketing strategiyalarini takomillashtirish va raqobatbardosh kadrlar tayyorlash imkonini beradi. O'zbekiston va xalqaro tajriba asosida ta'lim va mehnat bozori integratsiyasining amaliy jihatlari yoritilgan. Natijada, raqamli ko'nikmalarga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish bitiruvchilarning bandligi va ta'lim sifatini oshirishga xizmat qilishi aniqlangan.

Kalit so'zlar. Hududiy mehnat bozori, raqamli ko'nikmalar, OTM, ta'lim xizmatlari, marketing strategiyasi, raqamli kompetensiyalar, mehnat bozori ehtiyojlari, ta'lim sifati, bandlik, raqobatbardosh kadrlar.

INTEGRATING THE REGIONAL LABOR MARKET'S DEMAND FOR DIGITAL SKILLS INTO THE MARKETING STRATEGY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS' EDUCATIONAL SERVICES

Abstract. In this thesis, we analyze the issues of integrating the regional labor market's demand for digital skills into the marketing strategy of educational services provided by higher education institutions (HEIs). The aim is to improve the alignment of educational services with labor market needs. The study examines the requirements of the regional labor market, digital competencies, educational services marketing, and the adaptation of educational programs. Regular assessment of regional needs enables HEIs to improve their marketing strategies and train competitive specialists. Based on the experience of Uzbekistan and international practices, the practical aspects of

integrating education and the labor market are highlighted. As a result, it is determined that developing marketing strategies focused on digital skills contributes to increasing graduate employability and improving the quality of education.

Keywords. *Regional labor market, digital skills, higher education institutions, educational services, marketing strategy, digital competencies, labor market needs, quality of education, employability, competitive specialists.*

ИНТЕГРАЦИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА В ЦИФРОВЫХ НАВЫКАХ В МАРКЕТИНГОВУЮ СТРАТЕГИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Аннотация. *В данной тезисах рассматриваются вопросы интеграции потребностей регионального рынка труда в цифровых навыках в маркетинговую стратегию образовательных услуг высших учебных заведений (ВУЗов). Цель исследования заключается в повышении соответствия образовательных услуг потребностям рынка труда. В исследовании анализируются требования регионального рынка труда, цифровые компетенции, маркетинг образовательных услуг и вопросы адаптации образовательных программ. Регулярное изучение региональных потребностей позволяет ВУЗам совершенствовать маркетинговые стратегии и готовить конкурентоспособных специалистов. На основе опыта Узбекистана и международной практики освещаются прикладные аспекты интеграции образования и рынка труда. В результате установлено, что разработка маркетинговых стратегий, ориентированных на цифровые навыки, способствует повышению занятости выпускников и качества образования.*

Ключевые слова. *Региональный рынок труда, цифровые навыки, высшие учебные заведения, образовательные услуги, маркетинговая стратегия, цифровые компетенции, потребности рынка труда, качество образования, занятость, конкурентоспособные специалисты.*

Kirish. Raqamli iqtisodiyot sharoitida mehnat bozorining malakali va zamonaviy raqamli ko'nikmalarga ega mutaxassislariga bo'lgan talabi tobora ortib bormoqda. Oliy ta'lim muassasalari esa ushbu talabni inobatga olgan holda ta'lim xizmatlarini takomillashtirish va marketing strategiyalarini mehnat bozori ehtiyojlariga moslashtirishga intilmoqda. Ushbu mavzuning dolzarbligi O'zbekistonda raqamli transformatsiya jarayonlari jadallashib borayotgan bir paytda yanada ortadi, chunki hududiy mehnat bozorida axborot texnologiyalari, raqamli kommunikatsiya va ma'lumotlar tahliliga oid kompetensiyalarga ehtiyoj kuchaymoqda. Tadqiqot O'zbekiston Respublikasi normativ-huquqiy hujjatlari, oliy ta'lim tizimiga oid manbalar hamda xalqaro tajribalar asosida olib borilib, hududiy mehnat bozori

talablarini OTM marketing strategiyalariga integratsiyalash masalalarini tahlil qilishga qaratilgan.

Tadqiqot maqsadi hududiy mehnat bozorining raqamli ko'nikmalarga bo'lgan talabini OTM ta'lim xizmatlari marketing strategiyasiga integratsiyalashning samarali mexanizmlarini aniqlashdan iboratdir. Tadqiqotda qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv va ilmiy manbalarni tahlil qilish usullaridan foydalanildi. Bu ish oliy ta'lim muassasalari rahbarlari, marketing mutaxassislari va tadqiqotchilar uchun foydali bo'lib, ta'lim xizmatlarining mehnat bozori talablariga mosligini oshirishga xizmat qiladi.

Asosiy qism. Hududiy mehnat bozori va oliy ta'lim muassasalari o'rtasidagi hamkorlik zamonaviy ta'lim tizimining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Mehnat bozori iqtisodiyotning ehtiyojlariga mos ravishda yangi kasblar va kompetensiyalarga talabni shakllantiradi, OTMlar esa ushbu ehtiyojlarni qondiruvchi mutaxassislarni tayyorlash vazifasini bajaradi. Raqamli transformatsiya jarayonlarining jadallashuvi natijasida axborot texnologiyalari, ma'lumotlar tahlili, sun'iy intellekt va raqamli kommunikatsiya sohalarida malakali kadrlarga bo'lgan talab sezilarli darajada ortmoqda. Shu sababli OTMlar ta'lim xizmatlari marketing strategiyasini hududiy mehnat bozori talablariga mos ravishda shakllantirishi zarur.

Mehnat bozori talablari quyidagi asosiy yo'nalishlarda namoyon bo'ladi:

1. Texnik va raqamli kompetensiyalar;
2. Analitik va tanqidiy fikrlash ko'nikmalari;
3. Kommunikativ va jamoada ishlash kompetensiyalari.

Texnik va raqamli kompetensiyalar dasturlash, ma'lumotlar bazalari bilan ishlash, raqamli platformalardan foydalanish hamda sun'iy intellekt texnologiyalarini qo'llashni qamrab oladi. Analitik kompetensiyalar ma'lumotlarni qayta ishlash va qaror qabul qilish jarayonlarida muhim ahamiyatga ega. Kommunikativ ko'nikmalar esa mutaxassislarning kasbiy faoliyatida samarali hamkorlikni ta'minlaydi. OTM ta'lim xizmatlari marketingida mehnat bozori ehtiyojlarini o'rganish muhim o'rin tutadi. Marketing strategiyasi orqali abituriyentlar, ish beruvchilar va jamiyatning ta'limga bo'lgan ehtiyojlari tahlil qilinadi. Xalqaro tajribada ta'lim dasturlarini mehnat bozori talablariga moslashtirish, dual ta'lim tizimlarini joriy etish va ish beruvchilar bilan hamkorlikni rivojlantirish samarali natijalar bermoqda. O'zbekistonda ham oliy ta'lim tizimini modernizatsiya qilish va raqamli iqtisodiyot uchun kadrlar tayyorlash bo'yicha qator islohotlar amalga oshirilmoqda.

Raqamli ko'nikmalarni OTM marketing strategiyasiga integratsiyalashda bir necha yondashuvlar qo'llaniladi. Jumladan, ta'lim dasturlarini muntazam yangilash, mehnat bozori monitoringini olib borish, ish beruvchilar bilan hamkorlikda yangi kurslarni ishlab chiqish va bitiruvchilarning bandlik ko'rsatkichlarini tahlil qilish. Masalan, dasturlash va sun'iy intellekt bo'yicha ta'lim dasturlariga talab ortib borayotgan hududlarda OTMlar ushbu yo'nalishlarni marketing kommunikatsiyalarida faol targ'ib qilmoqda. Hududiy mehnat bozori va ta'lim tizimi o'rtasidagi integratsiya ta'lim sifatini

oshirishga xizmat qiladi. Mehnat bozori ehtiyojlariga moslashtirilgan marketing strategiyasi bitiruvchilarning raqobatbardoshligini kuchaytiradi, ishga joylashish imkoniyatlarini kengaytiradi va OTMlarning ta'lim xizmatlari bozoridagi mavqeini mustahkamlaydi. Real misol sifatida IT sohasiga ixtisoslashgan ta'lim dasturlarining ommalashuvi va ularga bo'lgan talabning ortishini keltirish mumkin. Bu holat OTMlar marketing strategiyasini hududiy mehnat bozori ehtiyojlari asosida shakllantirish zarurligini ko'rsatadi.

Xulosa. Hududiy mehnat bozorining raqamli ko'nikmalarga bo'lgan talabini OTM ta'lim xizmatlari marketing strategiyasiga integratsiyalash bo'yicha olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, ta'lim tizimi va mehnat bozori o'rtasidagi uzviy hamkorlik zamonaviy mutaxassislarni tayyorlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida texnologik va kasbiy kompetensiyalarga bo'lgan talabning ortishi OTMlardan ta'lim dasturlarini doimiy ravishda takomillashtirib borishni talab etadi. Hududiy mehnat bozori ehtiyojlariga asoslangan marketing strategiyalari bitiruvchilarning raqobatbardoshligini oshiradi va ularning bandligini ta'minlashga xizmat qiladi. Tadqiqot natijalari OTMlarda ta'lim xizmatlarini rejalashtirish va rivojlantirish jarayonlarini yanada samarali tashkil etishga yordam beradi.

Ustoz va murabbiylar uchun maslahatlar: Mehnat bozori talablari va raqamli ko'nikmalarga oid ma'lumotlarni o'quv jarayoniga integratsiyalash, talabalarga real ish beruvchilar ehtiyojlari asosida topshiriqlar berish ta'lim sifati va amaliy tayyorgarlikni oshiradi. Hududiy mehnat bozori monitoringi natijalaridan foydalanish ta'lim dasturlarini takomillashtirishga xizmat qiladi.

Shug'ullanuvchilar uchun maslahatlar: Raqamli texnologiyalar, ma'lumotlar tahlili va zamonaviy axborot tizimlari bo'yicha bilimlarni muntazam ravishda oshirib borish zarur. Mehnat bozorida talab yuqori bo'lgan raqamli ko'nikmalarni egallash va amaliy loyihalarda ishtirok etish kelajakdagi kasbiy faoliyatda muvaffaqiyatga erishish imkoniyatlarini kengaytiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abduqodirov, A. A. Ta'lim menejmenti va marketingi. – Toshkent: Fan va texnologiyalar, 2021. – 256 b.
2. Yuldashev, O. Oliy ta'lim tizimida marketing strategiyalari. – Toshkent: Innovatsion rivojlanish nashriyoti, 2022. – 184 b.
3. Qurbanov, Sh. Raqamli iqtisodiyot va mehnat bozori transformatsiyasi. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2023. – 212 b.
4. Karimov, B. Hududiy mehnat bozori ehtiyojlarini tahlil qilishning zamonaviy usullari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2023. – №4. – B. 45–52.
5. Rasulov, J. Oliy ta'lim xizmatlari marketingini takomillashtirish yo'llari // Ta'lim va taraqqiyot. – 2022. – №3. – B. 67–73.

6. Ahmedov, S. Raqamli kompetensiyalarni shakllantirishning pedagogik asoslari // Zamonaviy ta'lim. – 2024. – №1. – B. 28–35.
7. O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi rasmiy sayti: edu.uz
8. Vikipediya. Raqamli iqtisodiyot. [Wikipedia – Digital economy](#)