



TA'LIM XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA RAQOBAT MUHITINING TA'SIRI

dots. Ibragimova Gulchexra
Fan va texnologiyalar universiteti
ORCID: 0009-0008-5244-4072
gulchexra8062010@gmail.com

Annotatsiya. Maqola ta'lim xizmatlari bozorining ishlash mexanizmi, uning asosiy tarkibiy unsurlari talab, taklif, narx va raqobatning o'zaro ta'siri hamda bozor muvozanatini shakllantirishdagi rolini chuqur tahlil qiladi. Tadqiqotda talab va taklifga ta'sir etuvchi narxli va narxsiz omillar aniq ajratib ko'rsatilgan, shuningdek, ta'lim bozorining birlashtiruvchi, taqsimlovchi, rag'batlantiruvchi kabi o'ziga xos funksiyalari ochib berilgan. Muallifning fikricha, bozor mexanizmi resurslarni samarali taqsimlashga, mehnat bozori talablariga mos kadrlar tayyorlashga yo'naltiradi, biroq axborot assimetriyaligi va iste'molchilarning uzoq muddatli manfaatlarini anglamasligi kabi salbiy tomonlari ham mavjud.

Kalit so'zlar: ta'lim xizmatlari bozori, talab va taklif, raqobat muhiti, narx muvozanati, bozor funksiyalari, ta'lim muassasasining nufuzi, mehnat bozori, resurslar narxi.

ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

доц. Ибрагимова Гульчехра
Университет науки и технологий

Аннотация. Статья представляет собой глубокий анализ механизма функционирования рынка образовательных услуг, сосредоточившись на взаимосвязи и взаимодействии его основных элементов спроса, предложения, цены и конкуренции. В исследовании детально классифицированы ценовые и неценовые факторы, влияющие на спрос и предложение, а также раскрыты специфические функции рынка образования, такие как интегративная, распределительная и стимулирующая. Автор приходит к выводу, что рыночный механизм способствует эффективному распределению ресурсов и ориентации на подготовку кадров в соответствии с запросами рынка труда, однако ему присущи и негативные аспекты, включая асимметрию информации и недооценку потребителями стратегических интересов.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, спрос и предложение, конкурентная среда, ценовое равновесие, функции рынка, престиж учебного заведения, рынок труда, цена ресурсов.

INFLUENCE OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT ON THE DEVELOPMENT OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET

assoc. prof. **Ibragimova Gulchekhra**
University of Science and Technology

Abstract. *The article provides a comprehensive analysis of the functioning mechanism of the market for educational services, focusing on the interrelation and interaction of its key components including demand, supply, price, and competition. The study meticulously classifies price and non-price factors influencing both demand and supply, and elucidates the specific functions of the education market, such as integrative, distributive, and incentive functions. The author concludes that the market mechanism facilitates efficient resource allocation and aligns educational output with labor market demands. However, it also possesses inherent drawbacks, including information asymmetry and consumers' potential neglect of long-term strategic interests.*

Keywords: *market of educational services, demand and supply, competitive environment, price equilibrium, market functions, institutional prestige, labor market, resource prices.*

Kirish.

Ta'lim xizmatlari bozori amal qilish mexanizmi, boshqa bozor mexanizmi kabi, talab, taklif, narx va raqobatning o'zaro munosabatda bo'lishini taqozo etadi, buning natijasida kishilar ta'lim ishlab chiqarish jarayoniga jalb etiladi, ta'lim xizmatlaridan bahramand bo'lishadi va bu xizmatlarga bo'lgan ehtiyojni qondiradi.

Ta'lim xizmatlari bozorining tashkiliy tuzilmasi turli subyektlarning iste'molchilarning talabi bilan o'quv yurtlarining ta'lim xizmatlari taklifi o'rtasidagi nisbatning o'zgarishida namoyon bo'ladigan o'zaro munosabati shakli sifatida voqea bo'ladi.

Adabiyotlar sharhi.

Ta'lim xizmatlari bozorida raqobat muhitini yaratish jarayonlari ko'plab iqtisodchi olimlar tomonidan amalga oshirilgan.

Lutfullaev (2018) o'z tadqiqotida jahon rivojlangan mamlakatlarida yuqori malakali kadrlarni tayyorlashni qanchalik dolzarb ahamiyatga ega ekanligi to'g'risida «Oliy ta'limni Yevropa Kengligi» kabi integratsion jarayonlar va harakatlarning paydo bo'lishi hozirgi vaqtlarda oliy ta'limni bir mamlakat doirasida rivojlana olmasligini ko'rsatmoqda.

G'ulomov (2022) Oliy ta'lim tizimida milliy kadrlarni innovatsion yo'nalish darajasida tayyorlashda ichki nazorat boshqaruvi nazorati natijasi kadrlarni innovatsion bilimlar berish darajasida mavjud kamchiliklarni aniqlash va ularni bartaraf etish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish va ularni o'qitish jarayonida tadbiriq etish, bajarilishini nazorat etishni amalga oshirish zarur deb hisoblaydi.

Shodmonov (2019) aholining ta'lim bozoriga bo'lgan ehtiyojlarining ortib borishi va tabaqalanishini muhim sababi aholining ijtimoiy tarkibida yuqori darajada daromad oladigan o'rta sinfnings hisoblanib, ular «murakkab» tanlovdan o'tmay turib, nufuzli sifatli oliy ma'lumot olish maqsadida inson kapitaliga shaxsiy mablag'larni investitsiya qilishni afzal ko'rganliklarida namoyon bo'ladi.

Jo'rayev, (2019) o'z maqolasida O'zbekiston ta'lim bozoridagi raqobatning hozirgi holatini tahlil qiladi. U raqobatni kuchaytirish uchun marketing strategiyalarini joriy etish, talabalar uchun qo'shimcha xizmatlar yaratish va o'quv dasturlarini ish beruvchilarning ehtiyojlariga moslashtirish muhim ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlaydi.

Yuldasheva, (2020) "Raqobat sharoitida ta'lim muassasalarining samarali boshqaruvi" nomli monografiyasida raqobat muhitida ta'lim muassasalarining moliyaviy barqarorligi, shtat siyosati va sifat menejmenti tizimlarini (ISO) joriy etishning ahamiyatini yoritadi.

Abduraxmanova, (2021) AQSh, Yaponiya va Germaniya kabi mamlakatlardagi ta'lim bozori modellarini solishtirma tahlil qiladi va ularning O'zbekiston uchun mos keladigan jihatlarni aniqlaydi. U, shuningdek, "akademik mobillik" va "ikki tomonlama diplom" dasturlarining raqobatni oshirishdagi rolini tahlil qiladi.

Xolmuradova, (2020) Ta'lim sohasidagi raqobatning boshqa bozorlardan farqlarini chuqur tahlil qilgan. Ta'lim xizmatlarining nomoddiy va uzoq muddatli samaradorligi tufayli raqobatning sifat, narx va imidjdan tashqari "obro' va ishonch" kabi omillar bilan ham amalga oshirishini ta'kidlaydi.

Islomov, (2021) Raqobatning ta'lim xizmatlari narxlariga, xarajatlar tarkibiga va resurslarning samarali taqsimlanishiga bo'lgan iqtisodiy ta'sirini o'rgangan. "Sifatli raqobat narxlarning pasayishiga emas, balki ularning xizmat sifati va uning qiymati bilan oqilona muvofiqligiga olib keladi" degan xulosaga kelgan.

Sattarova, D.R. (2022) Zamonaviy sharoitda ta'lim muassasalari qanday marketing strategiyalaridan (digital marketing, brend yaratish, ijtimoiy mas'uliyat loyihalari) foydalanishi kerakligini amaliy misollar bilan tahlil qilgan.

Yuqorida keltirilgan tadqiqotlar ta'lim sohasini rivojlantirish, ta'lim xizmatlari bozoridagi iqtisodiy muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish yo'llarini belgilashda katta ahamiyatga ega. Biroq, ular asosan amaliy jihatdan qimmatli bo'lib, nazariy jihatdan hali yetarlicha o'rganilmagan masalalarni qamrab olmaydi. Xususan, mamlakatimizda ta'lim xizmatlari bozorining nazariy asoslari, shu jumladan, raqobat muhitini shakllantirishning o'ziga xos xususiyatlari va uni takomillashtirishga oid nazariy masalalar hali yetarli darajada tadqiq etilmagan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Ta'lim xizmatlari bozoridagi talab deganda biz xaridorlarning muayyan miqdor va sifatidagi ta'lim xizmatlariga to'lov qobiliyatiga ega ehtiyojini tushunamiz. Ushbu bozordagi talab uni boshqa bozorlardagi talabdan farqlovchi umumiy va o'ziga xos xususiyatlarga ega. Chunonchi, ta'lim xizmatlariga talab narx bilan bog'liq bo'lmagan va narx omillari ta'siri ostida bo'ladi.

Narx bilan bog'liq bo'lmagan omillarga quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

- Iste'molchilarning ehtiyoji hamda ta'lim xizmatlarining biron – bir turini afzal ko'rish; bular, o'z navbatida, mamlakat, mintaqadagi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyat, ijtimoiy, tarixiy va psixologik omillar, oila an'analari va h.k. ta'siri ostida shakllanadi.

- Ta'lim xizmatlari iste'molchisining daromadi.

Daromadning kamayishi ne'matlarni iste'mol qilishni cheklashga olib keladi. Basharti nufuzli ma'lumot olish ustuvor maqsad qilib qo'yilsa, iste'molchi ta'lim xizmatlaridan foydalanish ehtiyojini qondirish uchun boshqa tovarlar va xizmatlarga qilinadigan xarajatlar hajmini qisqartirishga majbur bo'ladi.

- Iste'molchilar kutgan narsalar. Mavjud saviyadagi malaka bilan ishga joylashish bo'yicha istiqbolda kutilgan narsa ta'lim xizmatlari borasidagi joriy talabga ta'sir ko'rsatishi mumkin.

- Ta'lim xizmatlari bozoridagi xaridorlar soni. Ta'lim xizmatlari iste'molchilari o'rtasidagi raqobat ularga bo'lgan talabda o'zgarish qilishi mumkin.

Biron – bir ixtisosni egallash maqsadida bozorga qancha ko'p odam kelsa, ya'ni ta'lim jarayoniga jalb etilishni istovchilar qancha ko'p bo'lsa, ular shuncha ko'p talab bildiradi va raqobat kurashida ularning o'z ehtiyojini qondirish shuncha qiyin kechadi.

Talabga ta'sir etuvchi, narxga bog'liq bo'lmagan qator omillar faqat ta'lim xizmatlari bozoriga xos bo'ladi. Ular jumlasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- Muayyan mintaqada ta'lim muassasasining mavjudligi. Ushbu mintaqada o'quv yurtlari qancha ko'p bo'lsa, ular bozorda o'xshash ixtisoslarni qancha ko'p taklif etishsa, alohida olingan muassasada talab hajmi shuncha kam bo'ladi.

- Ta'lim muassasasining nufuzi va maqomi. Ta'lim xizmatlari bozorida har bir iste'molchi

oliy o'quv yurtining maqomi, o'quv yurtining boshqa ta'lim muassasalari orasidagi holati, professor - o'qituvchilar tarkibining soni hamda sifati va h.k.lar bilan ko'p jihatdan belgilanadigan sifatli xizmatdan bahramand bo'lishga intiladi. Shunday qilib, ta'lim institutining nufuzi qancha baland bo'lsa, ta'lim xizmatlari iste'molchilarining unga bo'lgan talabi shuncha yuqori bo'ladi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Individual iste'molchi ta'lim xizmatlari bozorida ta'lim xizmati ko'rsatuvchi institut sifatidagi ta'lim muassasasini tanlashga intiladi. Ta'lim muassasalari esa, o'z navbatida, ta'lim xizmatlari iste'molchilariga talab bildiradi.

Ta'lim xizmatlari bozoridagi taklif deganda, biz ishlab chiqaruvchilar – ta'lim muassasalari muayyan davr mobaynida muayyan narxda berish mumkin bo'lgan muayyan sifatidagi ta'lim xizmatlari miqdorini tushunamiz. Ta'lim xizmatlari taklifi ta'lim muassasalarining o'quv o'rinlarini to'ldirish ehtiyojini ko'rsatadi.

Ta'lim xizmatlari taklifi, eng avvalo, taklif qilinayotgan xizmatlar narxi bilan miqdori o'rtasidagi to'g'ridan - to'g'ri aloqani aks ettiruvchi narx omillari ta'siri ostida shakllanadi: ta'lim xizmatlarini narxi qancha yuqori bo'lsa, ular taklifning hajmi shuncha katta bo'ladi.

Narx omillariga, shuningdek o'ziga xos xususiyatlarga ega narxga bog'liq bo'lmagan omillarga quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

1- jadval

Taklif qilinayotgan xizmatlarning narx va narxga bog'liq bo'lmagan omillari

№	Narx omillari:	Mazmuni
1	Resurslar narxi	Agar o'qituvchilar tarkibining ish haqi, o'quv adabiyotlari va qo'llanmalar, bino ijarasi va h.k. narxi oshib borsa, ta'lim xizmatlari kamayishini kutmoq lozim.
2	Boshqa oliy o'quv yurtlarining ta'lim xizmatlari narxi	Masalan, ta'lim muassasasini olish narxining oshirilishi raqobatchi mutaxassis chiqarish borasidagi taklif qisqarishiga olib kelishi mumkin.
	Narxga bog'liq bo'lmagan omillar:	
3	Texnologiyalar	O'qitishning yangi metodlarini kashf etishni anglatuvchi o'qitishning dolzarb texnologiyalarini takomillashtirish resurslarini kam sarflagan holda ta'lim xizmatlarini samaraliroq ishlab chiqarishni, binobarin, taklif hajmini ko'paytirish imkonini berdi.
4	Ta'lim xizmatlarini ishlab chiqaruvchilar kutganlari	Ishlab chiqaruvchilarning ta'lim xizmatlarining biron – bir turiga bo'lgan talabning oshishi bo'yicha kutganlari ularning kelajakdagi taklifiga ta'sir ko'rsatish mumkin.
5	Ta'lim muassasalari soni	Ta'lim xizmatlari sotuvchilarning soni qancha ko'p bo'lsa, bozor taklifi shuncha ko'p bo'ladi.

Manba: muallif ishlanmasi.

Ta'lim xizmatlari bozoridagi taklif xususiyatlari shundan iboratki, u boshqa tovarlar va xizmatlarni ko'rsatishdagi kabi kimgadir to'g'ridan - to'g'ri yo'naltirilmagan. O'quv yurtlarining konkret iste'molchilarga o'z ta'lim xizmatlarini taklif qilish budjetdan zarur moliyaviy mablag' olish uchun davlat boshqaruv organlariga yo'naltirilgan taklif bilan o'zaro bog'liq va unga qo'shilib ketadi.

Taklif sifatida konkret ta'lim xizmati emas, balki uning har bir subyekti tomonidan qimmatga qarab turlicha qabul qilinadigan obrazi ta'lim xizmatlarining xarakterli xususiyati sifatida voqe' bo'ladi. Masalan, individual iste'molchi uchun bu qimmat egallangan ma'lumot to'g'risida sertifikat yoki diplom olishdan iborat bo'ladi. Davlat tomonidan ta'lim xizmatlarini

moliyalashtirish, litsenziyalash va h.k. masalalar bo'yicha vakolatga ega bo'lgan mansabdorlarda shakllanadigan obraz bilan almashadi. Ta'lim muassasalari qadriyatlar o'zgarishini doimo hisobga olib kelishgan, ular o'z qiyofasini saqlab qolishga va uni yanada qimmatliroq va jozibadorroq qilishga intilishadi.

Talab va taklif ma'lum ixtisoslik bo'yicha ta'lim xizmatlari ortiqchaligi yoki defitsitini yuzaga keltirib, miqdor va sifat jihatdan ko'pincha bir – biriga mos tushmaydi. Bitim o'qish to'g'risidagi shartnoma tarzida hujjatli rasmiylashtirilgani-dan keyingina ta'lim xizmatlari sotuvchilari hamda xaridorlarning manfaatlari bir – biriga mos kelishiga erishiladi.

Individual iste'molchilar va ta'lim muassasalarining tegishli manfaatlari yuzasidan kelishilgandan keyingina oldi – sotdi bitimi amalga oshirilgan, ya'ni individning ta'lim xizmatlarini iste'mol qiluvchi ehtiyoji bilan ta'lim xizmatlarini ishlab chiqaruvchining ehtiyoji o'rtasidagi ziddiyat hal etilgan bo'ladi.

Ta'lim xizmatlarining oldi – sotdi bitimi negizida ularning qiymati va foydaliligining puldagi ifodasi sifatida narx yotadi. Biron – bir ta'lim xizmatlari narxning muvozanati talab va taklifning bozor nisbati bilan belgilanadi. Sotuvchilarning ta'lim xizmatlari taklifi bilan xaridorlar talabi o'rtasidagi farq narxdagi o'zgarishni keltirib chiqaradi. Bu o'zgarish esa, pirovard natijada, bir – biriga zid ushbu ikki taklifni o'zaro keltirish yo'li bilan yakuniga yetkazadi.

Ta'lim xizmatlarining eng past narxi uni ishlab chiqarishga qilingan xarajatdan kelib chiqib belgilanadi hamda ushbu xizmatning ishlab chiqaruvchisi – ta'lim muassasasi tomonidan qo'yiladi.

Eng yuqori narx esa iste'molchilarning talablaridan kelib chiqib belgilanadi. Biroq ta'lim bozorida narx shakllanishiga qator boshqa omillar jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu omillar jumlasiga quyidagilar kiradi: ta'lim muassasasining nufuzi, taklif etilayotgan ta'lim xizmatlari sifati, raqobatchilar tomonidan belgilanadigan ta'lim xizmatlari narxi, Ushbu o'quv yurtida tayyorlangan kadrlarga mehnat bozorida bo'lgan talab va h.k.

Ta'lim xizmatlari bozorining amal qilish mexanizmini quyidagicha tasavvur etish mumkin: ta'lim xizmatlari iste'molchilari, odatda, mehnat bozorida talab bo'lmagan kasbdagi kadrlarga o'qish uchun haq to'lashga moyil emaslar. Bu hol ta'lim muassasalarini bunday ixtisosliklar bo'yicha kadr tayyorlashni qisqartirishga majbur etadi.

Aksincha, agar mehnat bozorida maqbul holatni egallash imkoni beradigan ta'lim xizmatlariga talab katta bo'lsa, ta'lim muassasalari bunday kasblar bo'yicha tayyorlanishni foydali tarzda amalga oshirishadi. Shunday qilib, bozor mexanizmi iqtisodiyot tomonidan keyinchalik talab etilmaydigan kasblar bo'yicha o'qitishga sarf – xarajatni jiddiy ravishda qisqartirish imkonini beradi va shu bois ancha samarali xisoblanadi.

Ta'lim xizmatlari bozorining amal qilishini nazariy tadqiq qilish natijasida ushbu bozorning chizma tarzida ko'rsatilgan modeli ishlab chiqildi.

Bozorda ta'lim xizmatlarini taklif etuvchi va bo'sh joylarga potensial iste'molchilarni jalb etish uchun ta'lim bozorida raqobatlashuvchi ko'p sonli o'quv yurtlari mavjud.

1. Shuningdek, taxminan bir xilda boshlang'ich ta'lim tayyorgarligi darajasiga ega hamda nisbatan nufuzli ta'lim xizmatlarini xarid qilish uchun bir – biri bilan raqobatlashuvchi ko'p sonli xaridorlar mavjud.

2. Ta'lim xizmatlari xaridorlari va sotuvchilari ham bozor narxini nazorat qila olmaydilar.

3. Ta'lim xizmatlari bozori ishtirokchilariga mukammal xarakatchan va tekinga olinadigan mukammal axborot bazasiga egadirlar.

Shunday qilib, ta'lim xizmatlari almashinuvi jarayonida ta'lim xizmatlari bozori subyektlarining o'ziga xos o'zaro munosabati yuz beradi, buning natijasida talabni ifodalovchi subyektlar – xaridorlar o'zlarining ta'lim xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarini ma'lumot darajasining oshirishi, ijtimoiy maqom kasb etish, kelajakda ancha yuqori daromad olishni kutish tarzida qondirishadi.

Ta'lim xizmati bozorining funksiyalari

Funksiyalari	Mazmuni
1.Birlashtiruvchi	Ta'lim xizmatlari sotuvchilari yoki sohiblari shartnoma asosida muayyan dastur bo'yicha belgilangan bilim, ko'nikma va mahorat yig'indisi sifatidagi xizmatdan bahramand bo'lish maqsadida oldi – sotdi munosabatiga kirishadigan uning xaridorlarini birlashtirishdan iborat.
2.Taqsimlovchi	Ta'lim bozori individual iste'molchilarni ta'lim muassasalarining o'quv o'rinlarini to'ldirish imkoniyatiga muvofiq taqsimlash va qayta taqsimlashni ta'minlaydi
3. Axborot	Bozor o'z ishtirokchilariga ta'lim xizmatlarining zarur sifati, ta'lim jarayonining mavjud tuzilmasi, o'qitish shakllari va metodlari to'g'risida ma'lumot beradi.
4.Rag'batlantiruvchi	O'quv yurtlari o'rtasida birmuncha qulay sharoitda nufuzli muassasada ta'lim olish istagi bo'lgan iste'molchilar orasida yuqori darajadagi raqobat mavjudligi bilan bog'liq.
5.Differensiyalovchi	Bu funksiya, birinchidan, ta'lim muassasalarining «elitali» hamda sifati yuqori bo'lmagan xizmatlar ko'rsatuvchilarga bo'linish va ikkinchidan, potensial iste'molchilarning intellektual saviyasi bo'yicha tanlov asosida chegaralanishi orqali amalga oshiriladi.
6. Ijtimoiy	O'quv yurtini tanlashda axborot taqdim qilib, yordam ko'rsatib, ta'lim xizmatlari sotuvchilari va xaridorlarni birlashtirib, kishilarning, davlatning va umuman jamiyatning rivojlanishini ta'minlab, aholini ta'lim jarayoniga jalb etishga ko'maklashadi.

Manba: muallif ishlanmasi.

Xulosa va takliflar.

Ta'lim xizmatlari bozorining bozor iqtisodiyotining o'ziga xos hodisasi sifatidagi mohiyati uning ijobiy va salbiy jihatlarini ajratib ko'rsatish imkonini yaratadi. Tadqiq etilayotgan bozorning asosiy iqtisodiy afzalliklari uning ta'lim xizmatlarini ishlab chiqarishni muntazam rag'batlantirishidir. U zamonaviy texnologiyalarni, o'qitish metodlari va usullarini qo'llash yo'li bilan iste'molchilarning, iqtisodiyotning ta'limga bo'lgan ehtiyojini imkon qadar to'liq qondirishga intiladi.

Bozorning salbiy tomonlari shundaki, iste'molchi kundalik ehtiyojlarini qondirib borar ekan, nafaqat jamiyat manfaatlarini, balki o'zining strategik manfaatlarini ham doimo anglavermaydi, bu holat muayyan sharoitda iqtisodiy rivojlanishdagi nomutanosiblikka olib kelishi mumkin. Bundan tashqari, unga axborotdagi nomutanosiblik ham xos hisoblanadi.

Ta'lim xizmatlari oldi – sotdisi bitimini tuzishda muhim bo'lgan axborot ishtirokchilaridan birini ustun darajadagi tasarrufida bo'ladi. Xaridor ta'lim xizmatlaridan bahramand bo'lish to'g'risidagi qarorni uning konkret foydali xususiyatlari namoyon bo'lishga qadar qabul qilishga majbur va qoidaga ko'ra, bu xizmatlar ishlab chiqaruvchisining kasbiy mahoratini va o'z zimmasiga olgan majburiyatlarini bajarishdagi halolligini aniqlash imkoniyatiga ega bo'lmaydi.

Adabiyotlar/Jumepamypa/Reference:

Abdulqosimov H.P. (2005) *Shakillaniyotgan bozor iqtisodiyotida inson omili va uni faollashtirish yo'llari*. –T.: TMI -196 b.

Abduraxmanova, G.A. (2021) *Ta'lim xizmatlari bozorini rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar tajribasini o'rganish*. "Xalq ta'limi" jurnali, №2, 15-21-betlar.

Jo'rayev, B.T. (2019) *Ta'lim xizmatlari bozorida raqobatbardosh muhitni shakllantirish mexanizmlari*. "Iqtisodiyot va ta'lim" ilmiy jurnali, №5, 45-50-betlar.

- Lutfullayev, P.M. (2018) *Global raqobat sharoitida oliy ta'lim tizimini rivojlantirish istiqbollari*. "O'zbekistonda ijtimoiy fanlar" jurnali, №3, 28-34-betlar.
- Shodmonov Sh.Sh. (2002) "Iqtisodiyot nazariyasi". –T.: -240 b.
- Xolmuradova M.M. (2020) "Statistical evaluation of drought tolerance ..." maqolasi, „Ўзбекистон Биология журналу“.
- Yuldasheva, Sh.X. (2020) *Raqobat sharoitida ta'lim muassasalarining samarali boshqaruvi*. Monografiya. –Toshkent: "Fan va texnologiya" nashriyoti.
- Вахабов А.В., Имамов Э., Солеев А., Туляходжаева М, Хусанова Н. (2007) *Высшее образование в Центральной Азии. Задачи модернизации*. –Т.: -214 с.
- Гулямов, С.С., Шермухамедов, А.Т., & Холбоев, Б.М. (2022). *Искусственный интеллект и когнитивные технологии в экономике: учебное пособие*. Москва: Русайнс. – 280 с.