OLIY TA’LIM MUASSASALARI IMIJINI BAHOLASHNING USLUBIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Ishankulova Farangis Azamovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tayanch doktoranti,
e-mail: i.farangis.797@gmail.com

Annotatsiya: maqolada oliy ta’lim muassasalari imijini baholashning turli usullari ko‘rib chiqilgan, olimlarning bu boradagi fikrlari o‘rganilgan. Oliy ta’lim muassasalari imijini baholashning muallif tomonidan taklif etilgan metodi asosida oltita iqtisodiyot mutaxassisligi bo‘yicha kadrlar tayyorlaydigan oliy ta’lim muassasalari imiji baholangan.

Kalit so‘zlar: oliy ta’lim muassasalari raqobatbardoshligi, oliy ta’lim muassasasi taniqliligi, oliy ta’lim muassasalari jozibadorligi, oliy ta’lim muassasasi imiji, me’yorlashtirilgan indeks

Annotation: the article examines various methods of evaluating the image of higher education institutions, examines the opinions of scientists in this regard. Based on the method of evaluating the image of higher education institutions proposed by the author, the image of higher education institutions training personnel in six economic specialties was evaluated.

Keywords: competitiveness of higher education institutions, recognition of a higher education institution, attractiveness of higher education institutions, image of a higher education institution, normalised index

Hozirgi sharoitda oliy ta’lim tizimiga alohida e’tibor qaratilayotganligi sababli ular orasidagi raqobat kuchaymoqda. Har bir oliy ta’lim muassasi bozorda o‘z o‘rnini egallashi uchun turli marketing chora-tadbirlaridan foydalanadi, jumladan oliy ta’lim muassasasi imijini shakllantirishiga to‘g‘ri keladi.

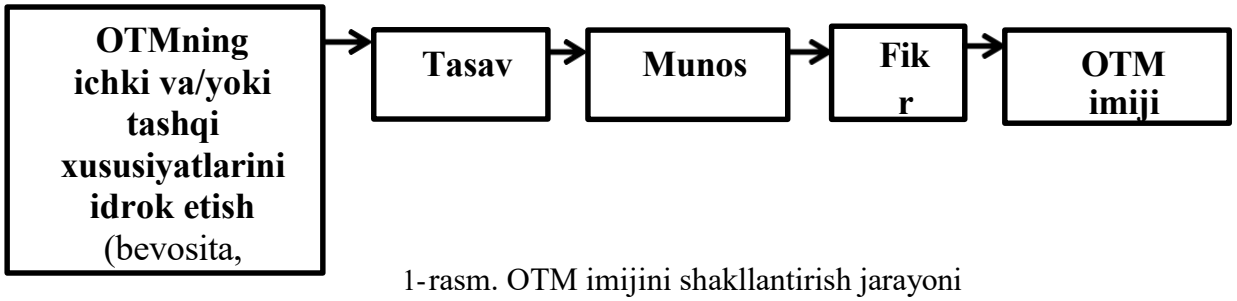
Tadqiqotimizda oliy ta’lim muassasalari imijini baholash bo‘yicha bir necha olimlar metodikalarini o‘rganib chiqib, shunday xulosaga keldikki, hozirgacha oliy ta’lim muassasasi imijini baholashning aniq mezoni ishlab chiqilmagan.

Rossiyalik olimlar D.G.Kucherov va M.Yu.Platonov oliy ta’lim muassasalari imijini ish beruvchilar tomonidan baholanishini o‘rganishdi. Ularning fikricha, oliy ta’lim muassasasining umumiy imijini ish beruvchi sifatida baholash odatda, uning tashqi va ichki imij mezonlariga asoslanadi [1].

Ish beruvchi tomonidan oliy ta’lim muassasi imijiga baho berib, O.N.Baeva va D.I.Xlebovich oliy ta’lim muassasalari talabalarini ishga joylashtirish bo‘yicha qaror qabul qilish afzalligini tadqiqot qilishadi. Tadqiqot davomida jamoaviy munosabatlar, xodimlarga hurmat, martabaning o‘sishi, ish mavqei kabi mezonlarning ahamiyati muhimligi aniqlandi [2].

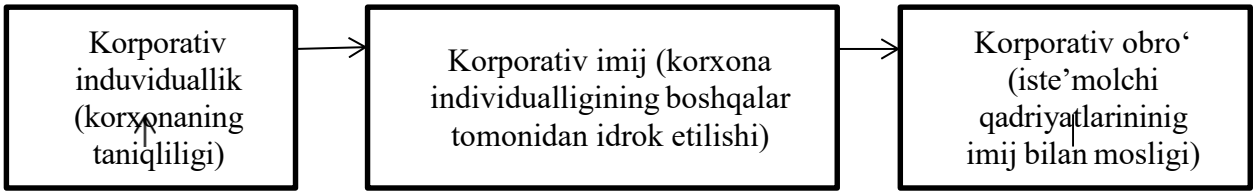
R.R.Gorchakova tadqiqotlarida oliy ta’lim muassasalari imijining barcha jihatlarini darhol baholash usuli mavjud emasligi ko‘rsatib o‘tilgan. Shuning uchun u ekspert yondashuviga asoslangan usullarni o‘rganib chiqib, imijni parametrlar bo‘yicha baholash usulini taklif qiladi. Bu parametrlar tashkilotning manfaatlari va ko‘lamiga qarab farq qilishi mumkin [3].

E.A.Dagaeva fikriga ko‘ra, oliy ta’lim muassasalari imijini shakllantirish jarayonini quyidagicha tasvirlash mumkin [4]:



1-rasm. OTM imijini shakllantirish jarayoni

Solomanidina T., Rezonton S. va Novik V. har qanday tashkilot imijining obro‘si bilan o‘zaro bog‘liqligini ifodalovchi quyidagi modelni taklif qildi [5]:



2- rasm. Korxona imiji va obro‘si o‘rtasidagi bog‘liqlik modeli

Oliy ta’lim muassasalari raqobatbardoshligini baholash metodikalarining aksariyatida raqobatbardoshlikning asosiy omili sifatida oliy ta’lim muassasalari imijiga alohida e’tibor qaratilgan.

Shundan kelib chiqib, tadqiqotimiz davomida oliy ta’lim muassasalari imijini baholash metodikasini ishlab chiqdik. Oliy ta’lim muassasalari imijini baholashning quyidagi tartibi taklif etildi:

$$\boldsymbol{I_{OTM}=T_{OTM}\times w_T + J_{OTM}\times w_J + WS\times w_{WS} + JQ_{OTM}\times w_{JQ},\ 0 < I_{OTM} < 5,\ (1)}$$

Bunda:

$\boldsymbol{I_{OTM}}$ – oliy ta’lim muassasasi imiji;

$\boldsymbol{T_{OTM}}$ – oliy ta’lim muassasasi taniqliligi;

$\boldsymbol{J_{OTM}}$ – oliy ta’lim muassasalari jozibadorligi;

$\boldsymbol{WS}$ – oliy ta’lim muassasalari Web-sayti jozibadorligi;

$\boldsymbol{JQ_{OTM}}$ – oliy ta’lim muassasasi joylashuvi qulayligi;

$\mathbf{W}$ – kompleks ko‘rsatkichlarning integral ko‘rsatkich tarkibidagi vazni.

$$\boldsymbol{T_{OTM}=IB_{OTM}\times v_{ib} + KB_{OTM}\times v_{kb} + XT_{OTM}\times v_{xt} + PO'T_{OTM}\times v_{po'},\ 0 < T_{OTM} < 5,\ (2)}$$

Bunda:

$\boldsymbol{T_{OTM}}$ – oliy ta’lim muassasasi taniqliligi;

$\boldsymbol{IB_{OTM}}$ – oliy ta’lim muassasasi taniqliligiga iste’molchilar (abiturentlar, ota-onalar va ish beruvchilar) tomonidan berilgan baho;

$\boldsymbol{KB_{OTM}}$ – oliy ta’lim muassasasiga kirish ballari;

$\boldsymbol{XT_{OTM}}$ – oliy ta’lim muassasasining xalqaro taniqliligi;

$\boldsymbol{PO'T_{OTM}}$ – OTM professor-o‘qituvchilarining taniqliligi;

v – ko‘rsatkichlarning kompleks ko‘rsatkich tarkibidagi vazni.

Ma’lumki, keltirilgan metodikada ba’zi ko‘rsatkichlar (oliy ta’lim muassasasiga kirish ballari, oliy ta’lim muassasasining xalqaro taniqliligi kabi ko‘rsatkichlar; oliy ta’lim muassasasining xalqaro taniqliligi ko‘rsatkichini aniqlashda OTMda o‘qiydigan xorijlik talabalar va ishlaydigan xorijlik professor-o‘qituvchilarning o‘rtacha qiymatidan foydalanildi) turli xil o‘lchov birliklari va o‘lchamlarga ega. Ushbu ko‘rsatkichlarni integral ko‘rsatkichga kiritishda iqtisodiy statistikada me’yorlashtirish (standartlashtirish) usullaridan foydalanilgan. Ularning ichida keng tarqalgan usullardan biri – bu “minimaks” bo‘yicha chiziqli me’yorlashtirish usulidir. Shu sababli, keltirilgan barcha ko‘rsatkichlarni quyidagi formula yordamida me’yorlashtirishni taklif etdik:

$$K_k = 4 \times \left(\frac{K_k - K_{min}}{K_{max} - K_{min}}\right) + 1\ ,\ 0 < I_k < 5\ , \quad (6)$$

Bunda:

K_k – k-chi me’yorlashtirilgan (standartlashtirilgan) indeks;

k_i – ko‘rsatkichning amaldagi qiymati;

k_{max} – ko‘rsatkichning maksimal qiymati;

k_{min} – ko‘rsatkichning minimal qiymati.

Keltirilgan usul yordamida turli o‘lchov birliklariga ega ko‘rsatkichlar qiymati me’yorlashtirildi.

Me’yorlashtirilgan ko‘rsatkichlar hamda ularning vaznlari qiymatlaridan foydalanib, oliy ta’lim muassasalari raqobatbardoshligi ko‘rsatkichlari qiymati tahlilga ma’lumotlari kiritilgan oliy ta’lim muassasalari uchun baholandi (1-jadval). Shuningdek, har bir oliy ta’lim muassasasi uchun “oliy ta’lim muassasasi taniqliligi” kompleks ko‘rsatkichi va oliy ta’lim muassasalari raqobatbardoshligi ko‘rsatkichlarining integral ko‘rsatkich tarkibidagi vazni qiymatlari asosida, oliy ta’lim muassasasi imiji integral ko‘rsatkichi qiymati aniqlandi.

1-jadval

Oliy ta’lim muassasalari bitiruvchilari raqobatbardoshligi

OTM	TOTM	JOTM	WS	JQOTM	IBOTM	KBOTM	XTOTM	PO‘TOTM	IOTM
SamISI	4,23	4,44	4,30	4,53	4,57	2,89	5,00	4,46	4,37
SamDU	3,87	4,10	3,87	4,19	4,26	2,83	4,01	4,36	4,00
SamDAQU	2,35	2,89	3,29	3,73	3,08	1,00	1,00	4,32	3,02
BuxDU	2,72	2,04	3,00	1,63	2,08	2,61	1,95	4,22	2,37
QarMII	2,48	1,90	2,87	1,67	2,02	2,03	1,60	4,27	2,25
TDIU	3,92	3,76	3,78	2,33	3,84	5,00	2,24	4,60	3,51

Tahlil natijasida quyidagi xulosalar qilindi:

1. “Oliy ta’lim muassasalari imiji” integral ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (I_{OTM} = 4,37), Samarqand davlat universiteti (I_{OTM} = 4,00), Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (I_{OTM} = 3,51) ekanligi;

2. Oliy ta’lim muassasalari taniqliligi ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (T_{OTM} = 4,23), Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (T_{OTM} = 3,92), Samarqand davlat universiteti (T_{OTM} = 3,87), ekanligi;

3. Oliy ta’lim muassasalari jozibadorligi ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (J_{OTM} = 4,44), Samarqand davlat universiteti (J_{OTM} = 4,10), Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (J_{OTM} = 3,76) ekanligi;

4. Oliy ta’lim muassasalari Web-sayti jozibadorligi ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (WS =

4,30), Samarqand davlat universiteti (WS = 3,87), Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (WS = 3,78), Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti (WS = 3,29) ekanligi;

5. Oliy ta’lim muassasasi joylashuvi qulayligi ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (JQ_{OTM} = 4,53), Samarqand davlat universiteti (JQ_{OTM} = 4,19), Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti (JQ_{OTM} = 3,73) ekanligi;

6. Oliy ta’lim muassasalari taniqliligiga iste’molchilar tomonidan berilgan baho ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (IB_{OTM} = 4,57), Samarqand davlat universiteti (IB_{OTM} = 4,26), Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (IB_{OTM} = 3,84), Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti (IB_{OTM} = 3,08) ekanligi;

7. Oliy ta’lim muassasalariga kirish ballari ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (KB_{OTM} = 5,00), Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (IB_{OTM} = 4,57), Samarqand davlat universiteti (IB_{OTM} = 4,26), Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti (IB_{OTM} = 3,08) ekanligi;

8. Oliy ta’lim muassasalarining xalqaro taniqliligi ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (XT_{OTM} = 5,00), Samarqand davlat universiteti (XT_{OTM} = 4,01), Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (XT_{OTM} = 2,24) ekanligi;

9. Oliy ta’lim muassasalari professor-o‘qituvchilarining taniqliligi ko‘rsatkichi bo‘yicha o‘rganilgan oliy ta’lim muassasalari orasida yetakchi o‘rinlarda Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti ($PO‘T_{OT}$ = 4,60), Samarqand iqtisodiyot va servis instituti ($PO‘T_{OT}$ = 4,46), Samarqand davlat universiteti ($PO‘T_{OT}$ = 4,36), Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti ($PO‘T_{OT}$ = 4,32) ekanligi aniqlandi.

Tahlil natijalaridan kelib chiqib, oliy ta’lim xizmatlari raqobatbardoshligini va oliy ta’lim muassasalari imijini oshirish bo‘yicha quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi:

- oliy ta’lim xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishda professor-o‘qituvchilarning taniqliligi alohida o‘rin egallashini hisobga olgan holda, kadrlarni boshqarish sohasida HR-texnologiyalarni qo‘llash muhim ahamiyatga ega, bunda rekruting agentliklarini tashkil qilish va ular bilan hamkorlik qilishni yo‘lga qo‘yish maqsadga muvofiq;

- oliy ta’lim muassasalari Web-sayti jozibadorligini oshirish va yoshlarni ilmiy faoliyatga keng jalb qilish uchun unda talabalarning ilmiy-tadqiqot faoliyati natijalari bo‘limini tashkil etib, bu bo‘limda ularning amalga oshirgan ilmiy-tadqiqot ishlarini qayd etib borish;

- oliy ta’lim muassasalari imijini oshirishda muhim omillardan sanalgan xorijiy talaba ulushi bo‘lganligi sababli ularga qulaylik yaratish maqsadida talabalar turar joyining oliy ta’lim muassasasiga yaqin hamda axborot resurs markazining oliy ta’lim muassasasi hududida joylashganligiga alohida e’tibor qaratish va ularni xorijiy talabalar ehtiyojlariga moslashtirish.

Adabiyotlar:

1. D.G.Kucherov, M.Yu.Platonov Изучение внутренного имиджа высшего учебного заведения как работодателя, Исследования в области управления персоналом, 2008

2. Baeva O.N., Xlebovich D.I. Привлекательная компания и работа глазами выпускников экономического вуза // Мотивация и оплата труда. 2006. № 4

3. R.R.Gorchakova Особенности формирования корпоративного имиджа/ Общественные науки № 2 (22), 2012

4. Dagaeva Ye.A. Управление имиджем вуза // Управление персоналом. – 2005. – № 3. – С. 26.

5. Solomanidina T., Rezontov S., Novik V. Деловая репутация как одно из важнейших стратегических преимуществ компании // Управление персоналом. – 2005. – № 3. – С. 32.