

OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA IJTIMOYIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI

Saidov Shohruh Mirzo Odiljon o'g'li
Qo'qon universiteti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya

Ushbu tezis oliy ta'lim muassasalarida raqamlashtirish jarayonlarining ijtimoiy tadbirkorlikni rivojlantirishga ta'sirini tahlil qiladi. Tezistda ijtimoiy muammolarni hal etishga qaratilgan biznes modellarini yaratishda universitetlarning roli, xususan, raqamli platformalar, ma'lumotlar tahlili va innovatsion texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, talabalarning ijtimoiy tadbirkorlikka qiziqishini oshirish, ularning bilim va ko'nikmalarini raqamli vositalar orqali rivojlantirish yo'llari, ushbu jarayonlarni institutsional darajada qo'llab-quvvatlash mexanizmlari, kabi masalalar o'rganilgan. Tadqiqot natijalari oliy ta'lim tizimida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga hissa qo'shadigan yangi yondashuvlarni ishlab chiqish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: Ijtimoiy tadbirkorlik, raqamlashtirish, oliy ta'lim, innovatsiya, barqaror rivojlanish, startaplar, ekotizim.

Kirish

Bugungi globallashtirish va texnologik jihatdan tez rivojlanayotgan dunyoda ijtimoiy tadbirkorlik tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ijtimoiy tadbirkorlik nafaqat foyda olishga, balki jamiyatning dolzarb muammolarini (qashshoqlik, ekologik inqiroz, ta'limga kirishning cheklanganligi va boshqalar) innovatsion yechimlar orqali hal etishga qaratilgan faoliyatdir. Oliy ta'lim muassasalari, o'z navbatida, bu jarayonlarning markazida turib, yangi avlod tadbirkorlarini yetishtirishda, ilmiy tadqiqotlar o'tkazishda va ijtimoiy innovatsiyalarni ilgari surishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Raqamlashtirish bu jarayonlarni yanada kuchaytiradi, chunki u axborotga tez va keng kirish imkoniyatini yaratadi, hamkorlikni osonlashtiradi va yangi, samaraliroq biznes modellarini yaratishga sharoit hozirlaydi. Bu tezida aynan oliy ta'lim tizimining raqamlashtirilishi qanday qilib ijtimoiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun yangi omillarni keltirib chiqarishi, bu omillardan samarali foydalanishning mexanizmlari va bu boradagi amaliy tavsiyalar atroflicha tahlil qilinadi.

Raqamli vositalar orqali bilim va ko'nikmalarni chuqurlashtirish, xalqaro hamkorlikni yo'lga qo'yish va ijtimoiy ta'sirni kuchaytirish kabi jihatlar alohida e'tibor markazida bo'ladi.

Asosiy qism

Oliy ta'lim muassasalarida ijtimoiy tadbirkorlikni raqamlashtirish sharoitida rivojlantirish bir qator murakkab, ammo o'zaro bog'liq omillarga tayanadi. Eng avvalo, ta'lim dasturlarining o'zi tubdan o'zgarishi lozim. An'anaviy o'quv rejaları faqat nazariy bilimlarni berishga qaratilgan bo'lsa, endilikda ular amaliy loyihalar, startap inkubatorlar va virtual laboratoriyalar bilan boyitilishi kerak. Masalan, talabalar virtual haqiqat (VR) yoki kengaytirilgan haqiqat (AR) texnologiyalaridan foydalangan holda ijtimoiy muammolarni simulyatsiya qilishlari, ularga yechimlar ishlab chiqishlari mumkin. Bu kabi yondashuvlar nafaqat ijodiy fikrlashni, balki texnologik ko'nikmalarni ham rivojlantiradi. Raqamli platformalar esa, o'z navbatida, talabalarga turli fanlardan o'zlashtirilgan bilimlarni (dasturlash, marketing, dizayn) ijtimoiy loyihalarda qo'llash uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Masalan, ma'lumotlar tahlili (data analytics) kursini o'tayotgan talaba o'z tahliliy ko'nikmalarini shahardagi chiqindilarni boshqarish tizimini optimallashtirishga qaratilgan ijtimoiy startapda qo'llashi mumkin. Bunday loyihalar nafaqat ta'lim sifatini oshiradi, balki talabaning ijtimoiy mas'uliyatini ham shakllantiradi.

Ikkinchi muhim omil – bu oliy ta'lim muassasalarining tadbirkorlik ekotizimini yaratishdagi roli. Raqamlashtirish bu ekotizimning samaradorligini oshiruvchi asosiy katalizator bo'lib xizmat qiladi. Raqamli inkubatorlar va akseleratorlar orqali talabalar o'z g'oyalarini ekspertlar ko'magida rivojlantirishlari, investorlarni jalb qilishlari va o'z loyihalarini bozorga olib chiqishlari mumkin. Onlayn mentorlik platformalari orqali talabalar dunyoning turli burchaklaridagi muvaffaqiyatli tadbirkorlar bilan bog'lanib, ularning tajribasidan o'rganishlari mumkin. Bu global tarmoqlar o'z-o'zidan yangi hamkorlik va g'oyalar manbai bo'lib xizmat qiladi. Universitetlar raqamli vositalardan foydalangan holda ijtimoiy tadbirkorlik startaplari uchun maxsus grant dasturlarini e'lon qilishi va ularni onlayn tanlovlar orqali aniqlab, moliyalashtirishi mumkin. Shuningdek, talabalarga ijtimoiy tadbirkorlikka oid kurslarni onlayn tarzda o'qitish orqali ham ularning bilim darajasini oshirish mumkin. Bu nafaqat ularning malakasini oshiradi, balki xalqaro miqyosda raqobatbardosh bo'lishlariga yordam beradi.

Uchinchi muhim omil – bu texnologiya va axborotdan samarali foydalanishdir. Raqamlashtirishning asosiy afzalligi – bu ma'lumotlarning tezkor almashinuvi va ularni tahlil

qilish imkoniyatidir. Talabalar va tadqiqotchilar ijtimoiy muammolarning chuqur ildizlarini o'rganish uchun katta ma'lumotlar (big data) to'plamlarini tahlil qilishlari mumkin. Masalan, ijtimoiy tarmoqlardagi ma'lumotlar orqali ma'lum bir hududda qaysi ijtimoiy muammolar eng dolzarb ekanligini aniqlash va ularga qaratilgan ijtimoiy tadbirkorlik loyihalarini ishlab chiqish mumkin. Sun'iy intellekt (AI) esa bu ma'lumotlarni qayta ishlash va optimal yechimlarni topishda yordam beradi. Oliy ta'lim muassasalari bu texnologiyalarga kirishni osonlashtirishi, talabalarga maxsus dasturiy ta'minotlar va ma'lumotlar bazalaridan foydalanish imkoniyatini yaratishi kerak. Raqamli platformalar orqali ijtimoiy tadbirkorlikning muvaffaqiyatli namunalarini o'rganish va ularning amaliyotlarini o'z sharoitlariga moslashtirish ham mumkin.

To'rtinchi omil – bu oliy ta'lim muassasalarining jamiyat bilan bog'lanishidir. Raqamli vositalar orqali universitetlar va jamiyat o'rtasidagi o'zaro aloqa yanada mustahkamlanadi. Universitetlar o'z loyihalarini kraudfanding (crowdfunding) platformalari orqali moliyalashtirishga harakat qilishi, ijtimoiy tarmoqlar orqali aholini o'z loyihalariga jalb qilishi mumkin. Bu, o'z navbatida, loyihaning ijtimoiy ta'sirini oshiribgina qolmay, balki unga ishonchni ham mustahkamlaydi. Raqamli kommunikatsiya vositalari yordamida universitetlar mahalliy hokimiyatlar, nodavlat tashkilotlar va biznes vakillari bilan hamkorlikni osonlashtirishi mumkin. Masalan, onlayn forumlar va vebinarlar orqali ijtimoiy muammolarni muhokama qilish, ularni hal etish uchun umumiy yechimlar ishlab chiqish mumkin. Bu kabi hamkorliklar ijtimoiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan resurslarni (moliyaviy, insoniy, ma'lumotlar) birlashtirishga yordam beradi. Oliy ta'lim muassasalarining bu jarayonlardagi faol ishtiroki ijtimoiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun mustahkam poydevor yaratadi.

Xulosa

Oliy ta'lim muassasalarida raqamlashtirish ijtimoiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun yangi va samarali imkoniyatlar yaratadi. Raqamli texnologiyalardan foydalanish orqali ta'lim dasturlari yangilanadi, amaliy ko'nikmalar shakllantiriladi, tadbirkorlik ekotizimlari samaradorligi oshiriladi va universitetlar jamiyat bilan yaqinroq aloqa o'rnatadi. Bu jarayonlar ijtimoiy muammolarni hal qilishga qaratilgan innovatsion yechimlarni topish va ularni keng miqyosda tatbiq etish imkonini beradi. Universitetlar nafaqat bilim manbai, balki ijtimoiy o'zgarishlar motoriga aylanadi. Kelajakda oliy ta'lim tizimi ijtimoiy tadbirkorlikni

qo'llab-quvvatlash uchun yanada chuqurroq integratsiyalashgan, raqamli infratuzilmalarni yaratishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Harding, R. (2006). Social entrepreneurship: The new face of capitalism? *Journal of Corporate Citizenship*, 20, 31–41.
2. Dees, J. G. (1998). The meaning of "social entrepreneurship." The Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE) at Duke University.
3. Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.
4. Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, P. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't know more and what we should do next. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 37–51.
5. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social entrepreneurship and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22.
6. Nicholls, A. (2006). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford University Press.
7. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.