

IJODKORLIK PEDAGOGIKASI ASOSIDA TA'LIM XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Akbarova Feruza Abduvaliyevna

Andijon viloyati Baliqchi tumani 42- maktab tasviriy san'at fani o'qituvchisi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10678663>

***Annotatsiya.** Maqolada pedagoglarning ijodkorlik mahorati asosida ta'lim xizmatlarini yanada chuqur isloh etish, imkoniyatlarini kengaytirish masalalari yoritilgan. Shuningdek, bugungi kunda ta'lim xizmatlarini o'sib borayotgan o'rni ochib berilgan.*

***Kalit so'zlar.** Ijodkorlik pedagogikasi, ta'lim xizmatlari, marketing, talabalar, siyosat, islohot.*

Bugun Yangi O'zbekiston hayotining barcha sohalari chuqur islohotlar maydoniga aylangan. Bu jarayonda ijtimoiy sohaning asosi hisoblangan ta'lim tizimidagi o'zgarishlar haqida to'liqlanib so'zlamalikning iloji yo'q. Mamlakatimizda so'nggi yillarda ta'lim tizimining barcha bosqichlarini zamonaviy talablar asosida tashkil etish bo'yicha amaliy ishlar hal qiluvchi bosqichga kirdi.

Prezidentimiz ta'kidlaganidek: “Farzandlarimiz maktabdan qanchalik bilimli bo‘lib chiqsa, yuqori texnologiyalarga asoslangan iqtisodiyot tarmoqlari shuncha tez rivojlanadi, ko‘plab ijtimoiy muammolarni echish imkoni tug‘iladi. Shunday ekan, Yangi O‘zbekiston ostonasi maktabdan boshlanadi desam, o‘ylaymanki, butun xalqimiz bu fikrni qo‘llab-quvvatlaydi”.

Zamonaviy sharoitda mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy holati uning insoniyat sivilizatsiyasi rivojiga, fan, madaniyat va ta'limga qo'shayotgan hissasiga bevosita bog'liq. Bu jarayonda oliy ta'lim jamiyat ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy jarayonlarining asosiy, yetakchi omillaridan biri sifatida alohida o'rin tutadi.

Ma'lumki ta'lim sohasi ijtimoiy-iqtisodiy tarmoqning bir bo'lagi hisoblanadi. Ta'lim xizmati marketingi strategiyasini rivojlantirish va takomillashtirish ushbu sohaning raqobatbardoshligini oshirish, ta'lim xizmati samaradorligi ortishiga olib keladi. Axborot texnologiyalari shiddat bilan rivojlanayotgan davrda, ta'lim xizmatlarining zamonaviyligi, tezkorligiga bo'lgan talab ortmoqda. Sohada raqobat munosabatlari kengaymoqda. Bunday sharoitda ta'lim xizmatlari marketingi va uning strategiyasini yanada takomillashtirishga ehtiyoj ortib boraveradi. Filipp Kotler yondashuviga ko'ra, oliy ta'lim marketingi, belgilangan maqsadga erishishda maqsadli ta'lim xizmatlari bozorlarida qadriyatlarni erkin ayirboshlashni yo'lga qo'yish uchun ishlab chiqilgan, puxta ta'riflangan dasturlarni tahlil etish, rejalashtirish, bajarish va ularning ijrosini nazorat qilish hisoblanadi.[]

Pedagogik ijodkorlik ta'lim samaradorligini oshirishning asosiy omillaridan biri o'quvchilarning faolligi va motivatsiyasini oshirishdir. O'qitishning ijodiy usullari, ya'ni interfaol simulyatsiyalar, o'yinli o'quv tajribalari va amaliy mashg'ulotlar o'quvchilarda qiziqish uyg'otadi. Masalan, o'qituvchilar virtual reallik (VR) texnologiyasidan foydalanib, o'quvchilarni tarixiy voqealarga olib borishlari mumkin, bu esa tarix darslarini yanada qiziqarli va esda qolarli qilish imkonini beradi. Ushbu kuchaytirilgan ishtirok ko'pincha materialni saqlash va tushunishni yaxshilashga olib keladi, natijada ta'lim samaradorligini oshiradi.

SHunga muvofiq marketing faoliyatini tashkil qilish samaradorligini quyidagi mezonlar yig'indisi bilan baholaymiz: 1. Marketing bo'limining professional faoliyatni amalga oshirishi: raqobatchilarni o'rganish, iste'molchilarni tadqiq etish, ta'lim faoliyatini boshqarish, ta'lim xizmatlari va dasturlarining yangi g'oyalarini tashkil qilish, xizmatlarga narx belgilash, ta'lim

xizmatlarini ilgari surish va samarali sotuvni tashkil qilish, marketing strategiyasini ishlab chiqish.

2. Marketing bo‘limining ichki muhiti: marketing bo‘limi xodimlarining malakasi va professionalizmi, marketing xarajatlari tarkibi, marketing bo‘limini moliyalashtirish usullari. OTM marketing boshqaruvini tashkil qilishni ob‘ektiv baholash marketing bo‘limining mavqeini va uning ishbilarmonlik faolligi darajasini aniqlashga imkon beradi.

Pedagoglarda kreativ faoliyatni tashkil etishga imkon beradigan malakalar guruhlarini: 1) bilishga oid (gnostik) malakalar; 2) loyihalash malakalari; 3) ijodiy-amaliy (konstruktiv) malakalar; 4) tadqiqotchilik malakalari; 5) muloqotga kiruvchanlik (kommunikativ) malakalari; 6) tashkilotchilik malakalari; 7) izchillikni ta‘minlovchi (protsessual) malakalar; 8) texnik-texnologik malakalar. Muayyan omillar pedagoglarda kreativlik sifatleri, malakalarini rivojlantirishga to‘sqinlik qiladi. Shu sababli pedagogik jarayonda o‘qituvchilar ushbu omillarni barataf etishga e‘tibor qaratishlari lozim.

Odatda pedagoglarning kreativlik qobiliyatiga ega bo‘lishlari pedagogik muammolarni hal qilishga intilish, ilmiy-tadqiqot ishlari yoki ilmiy loyihalarni amalga oshirish va o‘zaro ijodiy hamkorlikka erishishlari orqali ta‘minlanadi. Pedagog o‘z-o‘zidan ijodkor bo‘lib qolmaydi. Uning ijodkorlik qobiliyati ma‘lum vaqt ichida izchil o‘qib-o‘rganish, o‘z ustida ishlash orqali shakllantiriladi va u asta-sekin takomillashib, rivojlanib boradi. Har qanday mutaxassisda bo‘lgani kabi bo‘lajak pedagoglarning kreativlik qobiliyatiga ega bo‘lishlari uchun talabalik yillarida poydevor qo‘yiladi va kasbiy faoliyatni tashkil etishda izchil rivojlantirib boriladi.

Ta‘limning zamonaviy globallashtirish va axborotlashuv sharoitida o‘qituvchining ijodkorlik faoliyati muhim ahamiyat kasb etadi. Bugungi kunda ta‘lim tarbiya sohasiga kirib kelayotgan innovatsion yangiliklar pedagogika faniga yangi tushunchalarni ham olib kirmoqda. Shunday tushunchalarning biri «kreativlik» tushunchasidir. Bu tushuncha kuproq psixologiya fanida kengroq rivojlangan. Ammo pedagogika fani bu tushunchaning mazmun va ma‘nosini tadqiq etish talab etiladi. «Kreativlik» tushunchasi «ijod» tushunchasi bilan bog‘liq. Shaxsning ijodkorlik imkoniyatlarini tadqiq etishga bo‘lgan ijtimoiy buyurtma kreativlik muammosining alohida muhimligini belgilaydi.

Shaxsiy ijodkorlikning dinamik (rivojlani b, o‘z-o‘zida boruvchi) tasniflanishi kreativlik va uning asosiy qirralarida aks etadi. Bir oq, kreativlik psixologiya va pedagogika fanlarining belgilangan ilmiy kategoriya bo‘lsada, «kreativlik» tushunchasi tegishli lug‘atlarda munosib differentsiyasini topmagan va ijod psixologiyasida etarlicha aniqlanmagan. O‘nlab ilmiy ishlarda ilmiy ijodkorlikning u yoki bu qirralariga turlicha yondashib, har xil darajada qamrab olinayotganligiga qaramasdan, hozirgacha na muammoning o‘ziga va na unga taalluqli bo‘lgan amaliy savollarga nisbatan yagona to‘xtam mavjud emas. Hozirda, rivojlanishning zamonaviy bosqichida, mazkur analari inson faktorining hal qiluvchi o‘rnini belgilamoqda. Bu faktorning fenomenologiyasida ijodkorlik uning belgilangan asosini tashkil etadi.

REFERENCES

1. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligining “OTMlarida marketing xizmati faoliyatini takomillashtirish, bitiruvchilarni ishga taqsimlash jarayoni nazoratini kuchaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 48-sonli buyrug‘i (1,2-ilovalar). – Toshkent. – 2007 yil 10 mart. Manba: www.lex.uz.
2. Алмакучуков К.М. Технологии управления маркетингом в вузе // Высшее образование Кыргызской Республики. – 2008. – 2/12. – с.44-50