

ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИДА МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Жонузоқов Тўлқин

Термиз давлат университети 1-курс магистранти

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8001210>

Иқтисодий ва глобаллашуви шароитда мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ҳолати унинг инсоният цивилизацияси ривожига, фан, маданият ва таълимга қўшаётган ҳиссасига бевосита боғлиқ. Бу жараёнда олий таълим, жамият, ижтимоий, иқтисодий ва маданий жараёнларнинг асосий, етакчи омилларидан бири сифатида алоҳида ўрин тутади. Сўнгги 10 йил ичида турли фаолият соҳаларида маркетингдан фойдаланиш билан боғлиқ вазият шу қадар ўзгардики, олий таълим муассасалари ўз дастурларида маркетинг бўлмаган ҳолда қандай бошқариши мумкинлигини тасаввур қилиш қийин. Аммо олий таълим маркетинги деганда ОТМлар нимани тушунишади? Кўпинча талабаларни жалб қилиш ва жозибадор университет веб-сайтини ривожлантиришга қаратилган жуда чекланган фаолиятни назарда тутадилар. Ҳатто маркетингнинг ватани бўлган АҚШда ҳам кўплаб университетлар шу билан чекланиб қолган, буни Америка Маркетинг Ассоциацияси томонидан 12 йил давомида олий таълим маркетинги бўйича ҳар йили ўтказиладиган симпозиумлардаги маъруза мавзулари тасдиқлини кўриш мумкин. Шу нуқтаи назардан олий таълим муассасалари Маркетингни бошқариш, уни такомиллаштириш масалалари билан К.М.Алмакучуков¹, Д. Назарова², Д. Набиев³ каби олимлар шуғулланишган ва тадқиқот ишлари давомида салмоқли натижаларга эришилган, олий таълим тизимида маркетинг фаолиятини бошқариш масалалари тўлиқ ўрганилмаган.

Масалан, Г.Н. Ахунова олий таълим тизимидаги маркетинг таҳлили асосида маркетингларнинг кучларини маркетинг хизматларини кўрсатиш бўйича республика марказида жамлаш ҳамда унинг зиммасига зарурий таълим йўналишлари (мутахассисликлар) бўйича мутахассисларга бўлган эҳтиёжни кондиритиш йўллари жорий этиш ва истикболдаги имкониятларни ҳисобга олган ҳолда белгилаш, таълим хизматлари бозорининг аҳолини ўрганиш, кадрларни тайёрлаш ва бошқа масалаларни ҳақ тўлаш асосида бажариш бўйича функцияларни юклашнинг мақсадга мувофиқлигини асослаб берган⁴.

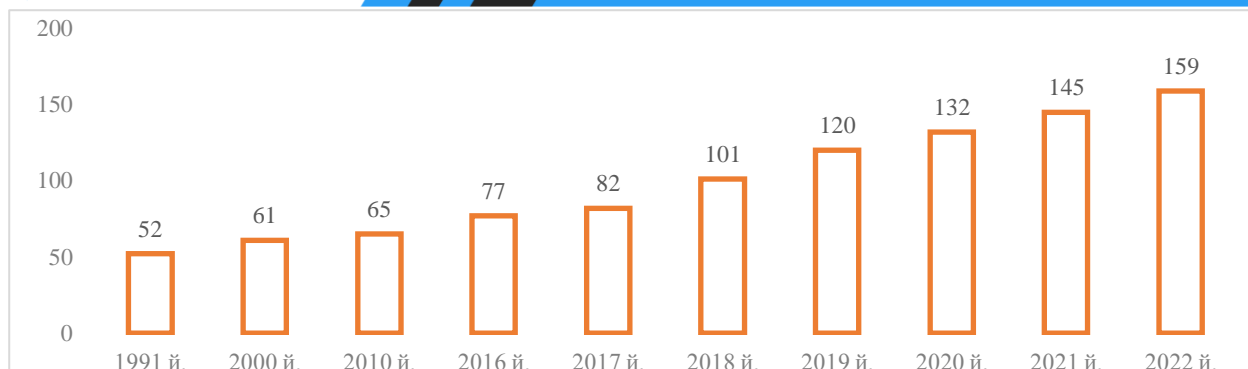
Ўзбекистонда олий таълим муассасалар(ОТМ) сони 159 тани ташкил этмоқда. Таъкидлаш лозимки, ОТМлар сони 1991 йилда 52 та, 2000 йилда 61 та, 2010 йилда 65 та ва 2016 йилда 77 тадан иборат эди (1-расм).

¹ Алмакучуков К.М. Технологии управления маркетингом в вузе // Высшее образование Кыргызской Республики. – 2008. – 2/12. – с.44-50

² Nazarova D. Ta'lim xizmatlari marketingida axborotni boshqarish // Jamiyat va boshqaruv. – 2010. – 3. – 65-67-b

³ Набиев Д. Совершенствование управления маркетингом образовательных услуг в условиях модернизации экономики. Автореф. ... докт. эконом. наук. –Ташкент, 2009. – 48 с.

⁴ Axunova G. O'zbekistonda ta'lim xizmatlari marketingi muammolari: Monografiya. – Toshkent. – 2005. – 244 b.



1-расм. Ўзбекистонда ОТМлар сони ва динамикаси⁵

ОТМнинг таълим хизматлари бозоридаги мавқеи ҳал қилувчи даражада давлат томонидан унга қандай мавқе берилганлигига боғлиқ. Шу жиҳатдан, ОТМлар таркиби 28 та университет, 47 та институт, 3 та академия, 1 та консерватория, 26 та филиал, 30 та хорижий ОТМ ва унинг филиаллари, 24 та нодавлат ОТМлардан иборат (2-жадвал).

2-жадвал

Ўзбекистон Республикасида ОТМларнинг ташкилий тузилиши⁶

№	Ташкилий тузилиши	ОТМ сони
1	Университет	28
2	Институт	47
3	Академия	3
4	Консерватория	1
5	ОТМ филиаллари	26
6	Хорижий ОТМ ва унинг филиаллари	30
7	Нодавлат ОТМ	24
	Жами	159

Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги томонидан 159 та ОТМлар тўлиқ регламентация қилинади. Шундай бўлсада, 105 та давлат олий таълим муассасалари тегишлилиги бўйича вазирлик ва идоралар тасарруфига бириктирилган. Жумладан, Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигида 53 та, Қишлоқ хўжалиги вазирлигида 5 та, Соғлиқни сақлаш вазирлигида 11 та, Маданият вазирлигида 9 та, Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлигида 7 та ҳамда бошқа вазирлик ва идораларни кузатиш мумкин. Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги тасарруфида 53 та ОТМ кузатилсада, хорижий ОТМ ва унинг филиаллари (30 та) ва нодавлат ОТМлар (24) биргаликда 54 тани ташкил этмоқда. Бундай ёндошув ва ОТМларнинг мавжуд ташкилий-иқтисодий асослари рақобат муҳитини ривожлантиришга қаратилган. Бу эса табиий равишда сифатни яхшиланишига ва хизматлар нархининг пасайишига олиб келади (1-илова).

ОТМларни ҳудудий ташкил этиш борасидаги камчиликларга барҳам бериш мақсадида мамлакатнинг барча ҳудудларида ОТМлар ташкил этилмоқда. Бу борада энг юқори кўрсаткичлар Қорақалпоғистон Республикаси (10 та), Самарқанд (13 та) ва Фарғона вилояти (11 та), айниқса Тошкент шаҳрига (72 та) тўғри келмоқда. Бу эса ҳали ҳам

⁵ Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги маълумотлари асосида ишлаб чиқилган.

⁶ Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги маълумотлари асосида ишлаб чиқилган.

ОТМларни худудий ташкил этиш борасидаги номутаносибликларни мавжуд эканлигидан далолат беради.

Албатта, илмий-техник ҳамда иқтисодий салоҳиятнинг йирик шаҳар марказларига тўпланиши табиий жараён ва шу боис ОТМларнинг асосий қисми Тошкент шаҳрида жойлашган. Бироқ, Тошкент шаҳрига жами ОТМларнинг 45,3 фоизи ва жами абитуриентларнинг 28,3 фоизи тўғри келмоқда. Мазкур кўрсаткич Қорақалпоғистон Республикасида мос равишда 6,3 ва 6,2 фоиз, Самарқанд вилоятида 8,2 ва 8,6 фоизни ташкил этмоқда. Диагностик усуллар орқали “оғриқли нуқталар”га эътибор берсак, юқори даражада ОТМ ва абитуриентлар сони ўртасидаги номутаносиблик кузатилади. Жумладан, баланс индекси паст бўлган худудлар сифатида Навоий (0,361), Наманган (0,380), Сирдарё (0,448) ва Қашқадарё (0,551) вилоятлари кузатилади. Барқарорлик кўрсаткичига эга худудлар таркибига Қорақалпоғистон Республикаси, Самарқанд, Фарғона ва Хоразм вилоятларини киритиш мумкин. Тошкент шаҳрида эса меъёрий балансдан 1,6 индексда юқори кўрсаткич кузатилади.

Фикримизча, олий таълим хизматлари имкони борича истеъмолчиларга яқинлаштирилган ҳолда тақдим этилиши лозим. Чунончи, қабул квотасидаги 1 та ўринга 14-15 та абитуриентнинг давогарлик қилиши мақбул ҳодиса эмас, балки олий таълим олишга реал талабнинг амалда тўлиқ қондирилмаётганлиги, деб қаралиши лозим. Олий таълимнинг қамров кўламининг етарли эмаслиги эса ижтимоий-иқтисодий тараққиётга салбий таъсир этади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, олий таълим муассасаларида маркетинг фаолиятини ривожлантириш учун институтционал ислохотларни босқичма-босқич амалга ошириш зарур. Шунингдек, олий таълим муассасамаркетинг бўлимининг профессионал фаолиятни амалга ошириши, рақобатчиларни ўрганиш, истеъмолчиларни тадқиқ этиш, таълим фаолиятини бошқариш, таълим хизматлари ва дастурларининг янги ғояларини ташкил қилиш, хизматларга нарх белгилаш, таълим хизматларини илгари суриш ва самарали сотувни ташкил қилиш ҳамда маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ бўлади.

References:

1. Алмакучуков К.М. Технологии управления маркетингом в вузе // Высшее образование Кыргызской Республики. – 2008. – 2/12. – с.44-50
2. Nazarova D. Ta'lim xizmatlari marketingida axborotni boshqarish // Jamiyat va boshqaruv. – 2010. – 3. – 65-67-b
3. Набиев Д. Совершенствование управления маркетингом образовательных услуг в условиях модернизации экономики. Автореф. ... докт. эконом. наук. –Ташкент, 2009. – 48 с.
4. Axunova G. O'zbekistonda ta'lim xizmatlari marketingi muammolari: Monografiya. – Toshkent. – 2005. – 244 b.
5. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги маълумотлари асосида ишлаб чиқилган.
6. Rejapov Xayrillo Xikmatullayevich KADRLAR TAYYORLASH TIZIMI VA MEHNAT BOZORINING IQTISODIY ALOQALARINI RIVOSHLANISH YO'NALISHLARI // Экономика и

финансы (Узбекистан). 2022. №3 (151). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kadrlar-tayyorlash-tizimi-va-mehnat-bozorining-iqtisodiy-aloqalarini-rivoshlanish-yo-nalishlari>
7. Rejapov, Xayrillo Xikmatullayevish. "YAPONIYA OLIY TA'LIM TIZIMI XUSUSIYATLARI." (2022).