

TA'LIM XIZMATLARI SIFATINI OSHIRISHDA MARKETING
STRATEGIYASI

Allomurodov Doston Gulmurodovich

Qarshi xalqaro universiteti magistratura talabasi

Annotatsiya. *Mazkur tezisdagi oliy ta'lim tizimining rivojlanish tendensiyalari, uni rivojlantirishning marketing strategiyasi, unda zamonaviy marketing konsepsiyasidan va innovatsion marketing strategiyasidan foydalanish yo'llari ko'rsatilgan.*

Kalit so'zlar: *oliy ta'lim, marketing strategiyasi, marketing konsepsiyasi, innovatsion marketing strategiyasi, ta'limning raqobatbardoshligi.*

Аннотация. *В данной диссертации показаны тенденции развития системы высшего образования, маркетинговая стратегия ее развития, как использовать современную маркетинговую концепцию и инновационную маркетинговую стратегию.*

Ключевые слова: *высшее образование, маркетинговая стратегия, концепция маркетинга, инновационная маркетинговая стратегия, конкурентоспособность образования.*

Annotation. *This thesis shows the development trends of the higher education system, the marketing strategy of its development, how to use the modern marketing concept and innovative marketing strategy.*

Keywords: *higher education, marketing strategy, marketing concept, innovative marketing strategy, the competitiveness of education.*

Mamlakatimiz iqtisodiyoti raqobatbardoshligini oshirish asosida rivojlangan demokratik davlatlar darajasiga olib chiqish borasida belgilangan maqsadlarga erishishda eng muhim qadriyat - bilimli va intellektual rivojlangan mutaxassislarni tayyorlash muhim ahamiyat kasb etadi. O'z navbatida, tayyorlangan mutaxassislarning iqtisodiyotda talab etilishi iqtisodiy rivojlanish muammolari yechimini topishda raqobatbardoshlik mezonini sifatida xizmat qiladi.

Oliy iqtisodiy ta'lim muassasalari tomonidan kadrlar tayyorlash jarayonini asosiy iste'molchilar va buyurtmachilar bilan o'zaro kelishilgan dasturlar va talablar asosida tashkil etilishi, oliy iqtisodiy ta'lim salohiyati va raqobatbardoshligi oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Zamonaviy innovatsion iqtisodiyotga marketing faoliyatining butunlay yangi konsepsiyasi - innovatsion marketing konsepsiyasi xos bo'lib, unga ko'ra korxona (yoki muassasa) o'z faoliyati davomida mahsulotlar (xizmatlar) va marketing usullarini uzluksiz takomillashtirib borishi kerak.

Oliy ta'lim muassasasining raqobatbardoshligi deganda -bu bozorning muayyan segmentidagi o'zgaruvchan shart-sharoitlarga oliy o'quv yurtining o'z faoliyatining

iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'li bilan moslashish qobiliyati va iste'molchilarning bitiruvchilarga va alohida (ta'lim, ilmiy) xizmatlariga bo'lgan talabini raqobatchilarning ta'lim xizmatlariga nisbatan sifat va qiymat ko'rsatkichlari bo'yicha jozibador mahsulotlar bilan yuqori darajada qondirishidir.

2025 yilda O'zbekiston Respublikasi bo'yicha jami oliy ta'lim muassasalari soni 201 tani tashkil etadi. Bu muassasalarda 2024/2025 o'quv yili boshiga 1 432 800 dan ortiq talabalar tahsil olmoqda. Ularning 707 300 atrofidagi nafari kunduzgi ta'lim shaklida o'qiydi. Rasmiy statistikaga ko'ra oliy ta'lim tizimi so'nggi yillarda keskin kengayib, talabalar soni sezilarli darajada oshgan.

1-jadval.**2025 yilda O'zbekiston Respublikasi bo'yicha jami oliy ta'lim muassasalari soni**

№	Hudud	Oliy ta'lim muassasalari soni
1	Navoiy viloyati	3
2	Sirdaryo viloyati	3
3	Jizzax viloyati	5
4	Surxondaryo viloyati	6
5	Namangan viloyati	7
6	Xorazm viloyati	8
7	Andijon viloyati	9
8	Qashqadaryo viloyati	9
9	Farg'ona viloyati	9
10	Buxoro viloyati	10
11	Qoraqalpog'iston R.	11
12	Samarqand viloyati	14
13	Toshkent viloyati	17
14	Toshkent shahri	90
	Jami	201 ta

2000 yilda mamlakatimizda 61 ta oliy ta'lim muassasalari faoliyat olib borgan bo'lsa, 20 yil ichida bugungi kunga kelib ularning soni deyarli 3 baravarga oshgan. 2000 yilda birorta ham xorijiy ta'lim muassasasi yo'q edi, 2025 yilga kelib, ularning soni 32 tani tashkil etmoqda. Bu albatta, oliy ta'lim muassasalari raqobatbardoshligini baholashda muhim ahamiyat kasb etadi. Ularda o'qiydigan talabalar soni 441 ming tani tashkil etmoqda. Eng asosiysi, ta'lim shaklida kunduzgidan tashqari sirtqi va kechki bo'limlarning ochilishi ta'limga bo'lgan ehtiyojni qondirishda muhim o'rin tutmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni talablaridan kelib chiqib, oliy ta'lim muassasalarida:

- universitet imijini yanada ko'tarish,
- uni xalqaro e'tirof etilgan QS (Quacquarelli Symonds) reytingi talablariga moslashtirish, mamlakatimizni mintaqadagi ilm-fan va oliy ma'lumotli kadrlar tayyorlash bo'yicha "xab"ga aylantirish,
- respublika ilmiy va oliy ta'lim muassasalarining investisiyaviy jozibadorligini oshirish,
- raqobatbardosh kadrlarni tayyorlash sohasida hamkorlik aloqalarini rivojlantirish bo'yicha keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda.

Eng asosiysi talab va taklif asosida oliy ta'lim xizmati sifatini oshirish asosida marketing faoliyatini tashkil etish bo'lib hisoblanadi.

Oliy ta'lim muassasasi raqobatbardoshligini oshirishning marketing strategiyalari 3 xil bo'lib, ularga xarajatlar bo'yicha ustunlik qilish, differentsiatsiya va ixtisoslashuv strategiyalari kiradi. Bunda ularning maqsadlari xizmatlar narxini, ya'ni kontraktini pasaytirish, ta'lim xizmatlari turlarini yanada kengaytirish, taklif etish differentsiatsiya strategiyasi maqsadi bo'lsa, xizmat ko'rsatishni chuqurlashtirish bo'yicha tizimli chora-tadbirlarni ishlab chiqishni maqsad qilgan ixtisoslashuv strategiyalaridan samarali foydalanish zarur deb hisoblaymiz.

Bular asosida oliy ta'lim muassasasini rivojlantirishda portfel strategiyalardan, raqobatli strategiyalardan va funksional strategiyalardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Литвинова Н., Шереметова В. Маркетинг образовательных услуг – СПб.: 1993. – 320 с.;
2. Makron E. Revolyutsiya. – T.: O'zbekiston, 2019. – 208 b.;
3. Шамов Т., Третьков П.И. Управление образовательными системами – М., 2011. – 319 с.;
4. Боева А.Н. Оценка и пути повышения эффективности образовательной деятельности государственных высших учебных заведений: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Владивосток, 2011. – 23 с.;
5. Васильев Ю., Глухов В., Федоров М. Экономика и организация управление вузом. – СПб.: Лань, 2001. – 544 с.;
6. Асаул А.Н., Капаров Б.М. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики / под ред. д.э.н, проф. А.Н.Асаула – СПб.: Гуманистика, 2007. – 280 с.
7. Набиев Д. Совершенствование управления маркетингом образовательных услуг в условиях модернизации экономики: автореф. ... докт. экон. наук. – Toshkent, 2009. – 48 с.;
8. Qurbonov Sh., Seytxalilov E. Ta'lim tizimini boshqarish. – T.: Turon-Iqbol, 2006. – 592 b.