



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2023
2-сон



БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ	
То‘лқин Ismatulla o‘g‘li Yahyojev Qurilish korxonalarida moliyaviy holat tahlilini takomillashtirishda korrelyatsion tahlil xususiyatlari	154
Ашур Али Рустам ўғли Латипов Аҳолининг бандлигини таъминлашга таъсир этувчи омиллар ва уларни аниқлаш йўллари	161
Ойбек Мадатович Эсанов Ўзбекистон Республикасида кўчмас мулкларнинг ҳисобини такомиллаштириш масалалари	167
БАНДЛИК ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШ	
Гулнора Мардиевна Шадиева, Шодиёр Абдихалилович Султонов Аҳоли бандлигини таъминлашда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ўрни	171
Акмал Абдувалиевич Абдусаидов Нодавлат иш билан бандлик хизмати ривожланишининг худудий хусусиятлари ва ишлаш технологияси	175
ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА	
Инатилло Убайдуллаевич Нематов Олий таълим хизматлари бозорини ривожлантиришда маркетинг стратегиясидан фойдаланишнинг ўзига хос жиҳатлари	181
Iroda Yormamatovna Beknazarova Ingliz tilini muammoli o‘qitish texnologiyasidan foydalangan holda o‘rgatish	188
АТРОФ-МУҲИТ МУҲОФАЗАСИ	
Shohista Bobobekovna Toyirova Muhofaza qilinadigan hududlarning tashkil etilishining jamiyat va tabiat munosabatlaridagi ahamiyati	191
ИБРАТЛИ БИТИКЛАР	
Ҳақиқий бахт Донишмандлар айтган саккизта ҳикматлар	197

ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА

Инатилло Убайдуллаевич Нематов – иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)
Тошкент давлат иқтисодиёт университети,
Маркетинг кафедраси доценти в.б.

ОЛИЙ ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИХАТЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада таълим хизматлари бозорини ривожлантиришда маркетинг стратегиясини ўрни ва аҳамияти ўрганилган. Республика олий таълим хизматлари бозорининг ривожланиш тенденцияси таҳлил қилинган. Таълим хизматлари бозорини ривожлантириш имкониятлари кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: таълим хизмати, таълим хизматлари бозори, маркетинг стратегияси, маркетинг-микс, таълим хизматларининг хусусиятлари, олий таълим муассасаси.

Кириш. Мамлакатимизда олий таълим соҳасини ислоҳ қилиш ва иқтисодий ислохотларни амалга ошириш натижасида таълим хизматлари бозори ривожланмоқда. Таълим хизматлари бозорида турли мулкчилик шаклидаги таълим муассасалари ўз хизматларини таклиф қилмоқда. Улар орасида соғлом рақобат юзага келмоқда. Натижада таълим бозор тизимининг бўғини сифатида ҳам намоён бўлмоқда.

2022 – 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясининг 4-боби “Адолатли ижтимоий сиёсат юритиш, инсон капиталини ривожлантириш”га қаратилган бўлиб, унда олий таълим, жумладан нодавлат олий таълим хизматлари кўрсатишни ривожлантириш масалаларига эътибор қаратилган.¹

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Таълим хизматлари бозори масалаларини кўриб чиқишда муҳим нукта бу – бозор субъектлари ва объектларини аниқлаш ҳисобланади.

А.П. Панкрухиннинг сўзларига кўра, “бозор муносабатларининг ишгирокчилари нафақат таълим муассасалари, балки истеъмолчилар (шахслар, корхоналар ва ташкилотлар), кенг доирадаги воситачилар (бандлик хизматлари, меҳнат биржалари, рўйхатга олиш, лицензиялаш ва аккредитация органлари, таълим муассасалари ва бошқалар), шунингдек, таълим хизматлари ва маҳсулотларини бозорда илгари суриш билан шуғулланадиган давлат муассасалари ва тузилмалари ҳамдир”².

С.А. Мамонтов “таълим соҳасида шахслар, фирмалар (меҳнат бозори) ва умуман жамият истеъмолчилар сифатида ҳаракат қилишига” аниқлик киритади. Шу билан бирга С.А.Мамонтов таълим хизматлари бозорини таълим жараёни ишгирокчилари: талабалар, таълим хизматларини кўрсатувчи ташкилотлар, ушбу хизматлар учун ҳақ тўловчи шахслар ва ташкилотлар ўртасидаги моддий ўзаро муносабатлар сифатида белгилайди³. Муаллиф таълим хизматлари бозори деганда таълим хизматларини кўрсатиш ва олиш бўйича бозор субъектлари ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий муносабатлар ва алоқалар йиғиндиси сифатида тушунади.

О.В.Сагинова тадқиқот ишида таълим хизматлари бозорини жамоавий ва индивидуал истеъмолчилар томонидан бевосита талаб қилинадиган таълим хизматларини сотиб олиш

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги “2022–2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида” ПФ–60-сон Фармони. <http://old.lex.uz/docs/5841063>

² Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. Учебное пособие. М.: Интерпракс, 2006, 240 с.

³ Мамонтов С. А. Маркетинговые аспекты ассиметрии рынка труда и рынка образовательных услуг // Вестник Омского университета. Серия “Экономика”. №1. 2013. С.7-12.

ва сотиш бўйича иқтисодий муносабатлар тизими сифатида белгиланишини қайд этади¹.

Таълим хизмати — бу фуқароларга умумий ва махсус билимларнинг йиғиндиси шаклида бериладиган ўқув ва илмий маълумотлар, шунингдек кейинчалик фойдаланиш учун амалий кўникмалар ҳисобланади. Таълим хизматлари илмий ва педагогик иш жараёнида яратилади, бу эса ўз навбатида илмий иш туридир. Таълим жараёнига қўйиладиган асосий талаблар Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни² билан мустақамланган. Таълим хизматлари ижтимоий-маданий (номоддий) хизматларга тааллуқли бўлиб, бу шахснинг маънавий ва интеллектуал эҳтиёжларини қондириш ва нормал ҳаётий фаолият юритишини таъминлайдиган хизматлар туркумига киради.

Олий таълим муассасасининг маркетинг фаолиятини ташкил этишга ёндашув машҳур бўлиб, у маркетинг-микс деб аталади. Маркетинг-микс – бу турли хил маркетинг воситаларидан биргаликда ва мувофиқлаштирилган ҳолда фойдаланишни англатади.

Маркетинг-микс таълим хизматлари бозорининг мураккаблиги ва ўзгарувчанлигига мос келадиган, мослашувчан, динамик, кўп ўлчовли маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга оширишга қаратилган бўлади³.

Таълим хизматларига бўлган эҳтиёжларни самарали қондириш, таълим хизматлари сифатини тўлиқ таъминлаш, талабалар ва молиявий маблағларни жалб қилиш, олий таълим муассасасининг ижобий мавқейини шакллантириш ва уни ривожлантиришни ўз ичига қамраб олади. Бу эса олий таълим муассасаларининг ўз фаолиятида маркетинг стратегияларидан самарали фойдаланишни тақозо этади. Албатта бунда маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, амалга ошириш ва улардан унумли фойдаланиш жараёнлари талаб даражасида йўлга қўйилиши лозим.

М.Х.Месконнинг фикрича “стратегияни ишлаб чиқишдан мақсад уни қўллаб-қувватлашнинг моддий манбаларини ва бозор талабини ҳисобга олган ҳолда ташкилотни ривожлантиришнинг асосий устувор йўналишлари ва нисбатларини аниқлашдан иборатлигини таъминлашдан иборат ҳисобланади”⁴.

Л.П.Рудь ўзининг илмий мақоласида “маркетинг стратегияси аниқ мақсадли гуруҳлар учун бозор эҳтиёжларини доимий равишда чуқур таҳлил қилиш каби жараёнларни қамраб олиши кераклигини таъкидлаган. Шунингдек, у ушбу маҳсулотлар уларни рақобатчилар маҳсулотларидан алоҳида ажратиб туриши лозимлигини ва бу уларга қафолатли рақобат устунлигини таъминловчи махсус ўзига хос бўлган хусусиятларга эга бўлиши тўғрисида ўз фикрини баён этган”⁵.

Анъанага қўра, олий таълим муассасаси маркетинг комплекси таркибида бешта асосий блок мавжуд: таълим хизматларига нисбатан сиёсат, таълим хизматлари нархлари, алоқа, таълим хизматларини сотиш ва кадрлар муаммолари тўплами. Кадрлар муаммоси бошқа барча муаммоларга нисбатан стратегия ва тактикани амалга ошириш сифатини белгилаб берувчи марказий муаммо ҳисобланади. Ҳар бир олий таълим муассасаси ходими, бошқа ташкилотлардан фарқли ўлароқ кўпинча профессионал маркетинг билим ва ёндашувларни талаб қиладиган вазиятларга дуч келади. Деярли ҳар бир олий таълим муассасаси ўқитувчиси бир вақтнинг ўзида таълим хизматлари рекламасининг жонли ташувчиси ва “жамоатчилик билан алоқалар” субъекти ва ушбу хизматларни илгари суришда мумкин бўлган воситачи ва (энг муҳими) нафақат ижрочи, балки дизайнер ҳамда таълим

¹ Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mcpg.ru/cgi-bin/rus/tour/article.cgi?art=1010403>.

² Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида” Қонуни. 2020 йил 23 сентябрь, ЎРҚ-637-сон. Қонунчилик маълумотлари миллий базаси, 21.04.2021 й., 03/21/683/0375-сон, 12.10.2021 й., 03/21/721/0952-сон

³ Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. Ю. Н. Каптуревского.. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.

⁴ Мескон М.Х. Основы менеджмента /М.Х. Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури.- Москва: Дело,2017.–705 с.

⁵ Рудь Л.П. Классификации маркетинговых стратегий: анализ современных подходов / Л. П. Рудь // Конкурентоспособная и безопасная продукция, востребованная рынком — залог экономической безопасности предприятия : сборник научных статей по итогам Международной (заочной) научно-практической конференции. — Смоленск: Российский университет кооперации, 2014.-С. 133-138.

хизматларини конструкторлари ҳамдир. Олий таълим муассасаси ўқитувчиси, қайси бўлимга тегишли бўлишидан қатъи назар, барча маркетинг муаммолари учун масъулдир.

Тадқиқот методологияси. Изланиш жараёнида кузатиш, умумлаштириш, тизимли-мантикий таҳлил, кўп омилли ва динамик таққослаш, илмий абстракция, тизимли ёндашув, киёсий ва статистик таҳлил усулларидан фойдаланилган.

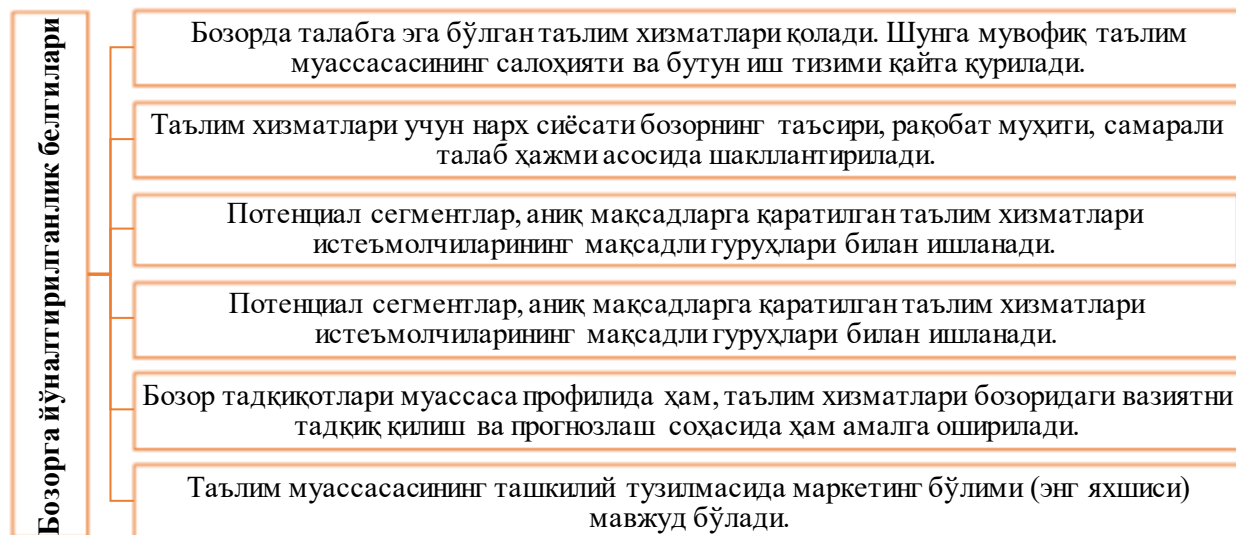
Таҳлил ва натижалар. Таълим хизматлари бозорида воситачилик тузилмалари ханузгача ўзларининг маркетинг фаолиятини шакллантириш ва жорий этиш босқичидадир. Булар бандлик хизматлари ва меҳнат биржалари, таълим жамғармалари, таълим муассасалари, корхоналар, бирлашмалар, ихтисослаштирилган ўқув марказлари ва бошқалар. Улар қуйидагиларни ўз ичига олади:

бошқа ташкилотларга маслаҳат бериш, таълим хизматларининг бозор шароитлари тўғрисидаги маълумотларни тўплаш, қайта ишлаш ва сотиш;

таълим муассасаларини аккредитация қилиш, реклама тадбирларини амалга ошириш, хуқуқий қўллаб-қувватлаш жараёнларида қатнашиш;

тарқатиш каналларини шакллантириш, таълим хизматлари бўйича битим тузишни ташкил этиш ва бошқалар.

Олий таълим муассасаларининг муайян таълим хизматлари бозорига йўналтирилганлигининг асосий белгилари қуйидагиларни ўз ичига қамраб олади.



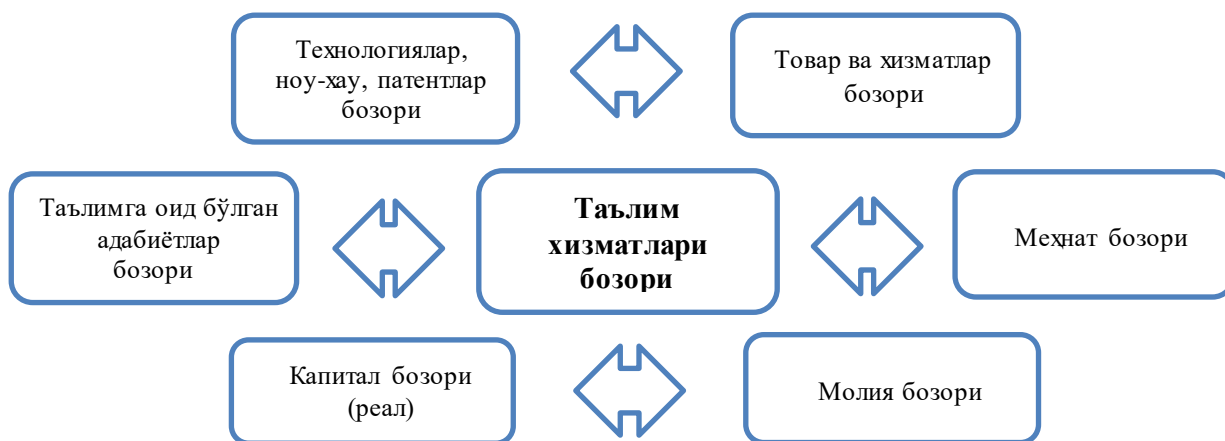
1-расм. Олий таълим муассасасининг таълим хизматлари бозорига йўналтирилганлигининг асосий белгилари¹

Одатда таълим хизматларини кўрсатиш унинг таркибий ҳамда ажралмас қисми бўлган таълим хизматлари асосида амалга оширилади. Натижада, таълим хизматлари бозори тегишли бозорлар билан ўзаро алоқадорликда бўлади: ахборот алмашиш, дастурий маҳсулотлар яратиш, ўқув қўлланмалар наشر этиш ва бошқалар (2-расм).

Таълим хизматлари бозори мазкур бозорлар билан таълим жараёни, кадрларни тайёрлашга буюртмалар бериш, амалиётни ташкил этиш, кадрларга эҳтиёж ва талабни прогноз қилиш, битирувчиларни ишга жойлаштириш, ўқитувчиларни жалб этиш ва бошқа кўплаб йўналишларда алоқада бўлади.

Ўзаро боғлиқ бўлган бозорлар ёки уларнинг сегментлари таълим хизматлари бозори учун кўпинча ресурс (ёки ишчи кучи) сифатида намоён бўлади. Ўз навбатида олий таълим муассасаларининг иқтисодий жихатдан эркинлиги ҳамда мавжуд имкониятлари аксарият ҳолатларда ўзаро боғлиқ бўлган тегишли бозорларда ҳамкор излашида ёки танлашида ушбу бозор субъектлари фаолиятини рағбатлантиради.

¹ Муаллиф томонидан тайёрланган.



2-расм. Таълим хизматлари бозорини ўзаро боғлиқ бўлган бозорлар билан алоқаси¹

Бошқа бозорлар эса олий таълим хизматлари бозорини ривожлантиришда ўзининг муайян таъсирига эга ҳисобланади. Бир-бирига боғлиқ ёки алоқадор бозорларнинг ичида меҳнат бозори ўзига хос хусусиятлари билан алоҳида ажралиб туради ва таълим хизматлари бозорини ривожланишида муҳим аҳамиятга эгадир. Чунки, меҳнат бозори таълим хизматлари бозорига ҳам тегишли бўлган мезонларни белгилаб беради. Бундан ташқари ушбу бозор олий таълим сифатини баҳолаш ҳамда белгилаш имкониятини ҳам тақдим этади.

Қоидага кўра, таълим хизматлари бозори жамоавий ва яқка истеъмолчилар томонидан бевосита талаб қилинадиган таълим хизматларини сотиб олиш ва сотиш билан боғлиқ иқтисодий муносабатлар тизими сифатида белгиланади. Шу билан бирга, таълим хизматлари бозори ўқув жараёни ишгирокчиларининг ўзаро муносабатлари сифатида ҳам белгиланиши мумкин: талабалар, таълим хизматларини кўрсатувчи ташкилотлар, ушбу хизматларга ҳақ тўлайдиган шахслар ва ташкилотлар. Таълим хизматлари бозорини ижтимоий хизматларни ва хизматлар кўрсатиш ва олиш бўйича бозор субъектлари ўртасидаги муносабатларни йиғиндиси сифатида тасаввур қилиш мумкин.

Ҳозирги кунда мамлакатимизда бутун таълим тизимини такомиллаштириш, таълим хизматлари бозорини ривожлантириш ҳамда жамият талаблари ҳамда илмий-техникавий тараққиётни ҳисобга олган ҳолда уни жадал янгилаш ишлари амалга оширилмоқда. Шунга кўра:

таълим хизматларини тақдим этиш жараёнлари ва технологиялари ўзаро мослашмоқда;

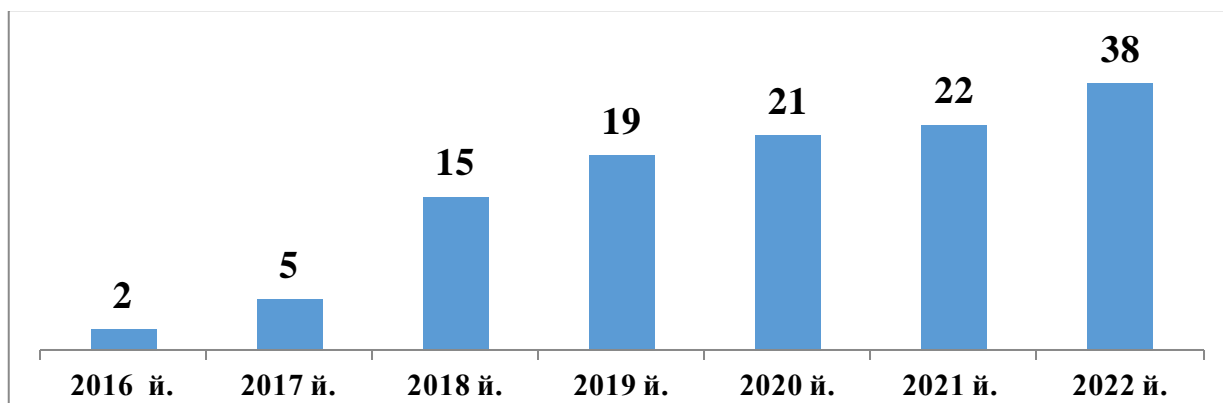
таълим хизматларига нарх сиёсати бозор, рақобат муҳити ва тўлов қобилиятига эга талаб ҳажми таъсирида шакллантирилмоқда;

таълим хизматларидан фойдаланувчиларнинг аниқ мақсадли гуруҳларига йўналтирилган потенциал сегментлар билан ишлаш йўлга қўйилмоқда;

бозорни ўрганиш йўналиши бўйича ҳам, шунингдек, таълим хизматлари бозори шароитларини тадқиқ қилиш ва прогнозлаш соҳасида ҳам амалий ишлар олиб борилмоқда; олий таълим муассасаларида маркетинг бўлимлар фаолият кўрсатмоқда.

Республикаимизда таълим хизматларини ривожлантириш ҳамда ёшларни олий таълим билан қамровини ошириш мақсадида охириги 6 йилда янги 122 та олий таълим муассасалари ташкил этилди. Жумладан, 43 та давлат, 55 та нодавлат ва 23 та хорижий олий таълим муассасалари (ёки филиаллари) ташкил этилди. Жами олий таълим муассасаларининг сони 199 та етди (3-расм).

¹ Муаллиф томонидан ишлаб тайёрланган.



3-расм. Ўзбекистон Республикасида янги ташкил этилган олий таълим муассасаларининг йиллар кесими бўйича сони¹

Маркетинг объекти сифатида таълим хизматларининг кўлами жуда кенг. Бозор иқтисодиёти шароитида у сезиларли даражада ўзгариши мумкин, чунки таълим ташкилотлари бозор талабларини ҳисобга олишга мажбур. Аслида таълим хизматлари кўпинча эгалари ёки ишлаб чиқарувчилари таълим муассасалари бўлган моддий ёки моддийлашган маҳсулотларни топшириш билан боғлиқ хизматлар билан тўлдирилади. Булар ахборот, консалтинг, эксперт хизматлари, лизинг (машина, асбоб ва ускуналар, алоқа каналларини ижарага бериш). Таълим хизматларини тақдим этишнинг натижаси қуйидагилар бўлиши мумкин: мижоз (мактаб ўқувчиси, талаба) томонидан мутлақо янги соҳада (янги маҳсулотлар) билим, кўникмалар олиш; мижознинг мавжуд билим потенциалини ошириш; шахсни ўзгартириш.

Таълим хизматлари бозорини ривожлантиришда маркетинг стратегиясидан фойдаланишнинг ўзига хос жиҳатлари таълим хизматларининг асосий хусусиятлари билан бевосита боғлиқ:

1. Таълим хизматларининг асосий хусусиятлари орасида, уларни таъминлайдиган субъектлардан ажралмаслик алоҳида ўринда туради. Ўқитувчини алмаштирилиши таълим хизматларини тақдим этиш жараёнини ва натижасини ўзгартириши мумкин. Натижада сифат ва талаб мувофиқлиги ўзгариши мумкин.

2. Таълим хизматларининг яна бир хусусияти хизматларни тақдим этиш жараёнлари ва натижалари учун қатъий стандартларни белгилашнинг мумкин эмаслиги ва мос эмаслиги талабларнинг ўзгарувчанлиги билан боғлиқ ҳисобланади.

3. Бундан ташқари таълим хизматларининг сақланмаслик хусусияти ҳам мавжуд. Бир томондан, хизматларни тўлиқ ҳажмда сотиб олиш, уларни моддий товарлар сифатида сақлашнинг имкони йўқлиги, иккинчи томондан, инсон маълумот, билимларни унутиши табиий ҳолдир.

Хизматлар ва уларга боғлиқ ҳолда кўрсатиладиган хизматларнинг ажралиб турадиган хусусиятларидан ташқари, таълим хизматлари бир қатор муҳим фарқлар билан ажралиб туради. Бу таълим хизматларининг юқори нархи, уларни амалга оширишнинг нисбий муддати, натижаларни аниқлашнинг кечикиши ва натижаларнинг келажақдаги иш шароитлари ва битирувчининг яшаш шароитларига боғлиқлиги, хизматларни кейинги кўллаб-қувватлаш зарурияти, хизматларнинг мақбуллиги уларнинг тақдим этиладиган жойига ва потенциал талабаларнинг яшаш жойига боғлиқлиги.

Маркетинг стратегияларидан кенг фойдаланиш бозор позициясининг барқарорлиги ва янги фойда олишнинг ўсишининг кафолати ҳисобланади. Бу аҳолининг, ишчиларнинг таълим даражасининг умумий ўсиши ва ундан кейин фаровонликнинг ошиши, ижтимоий ноаниқликнинг пасайиши ва бошқа жамоат товарлари шаклида фойдаланади.

¹ Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

Бундай кафолатлар, айниқса, таълим хизматларини кўрсатиш каби узоқ циклга эга бўлган тармоқларга узоқ муддатли инвестициялар киритиш учун муҳимдир.

Бундай ўзига хос “маҳсулот” нинг ўзига хослиги қуйидаги асосий омиллар билан боғлиқ:

1) Бу “маҳсулот”ни ишлаб чиқаришда нафақат олий таълим муассасаси, балки ота-она, мактаб, атроф-муҳит, шунингдек, битирувчининг ўзи ҳам ишпирок этади. Меҳнат бозорида иш берувчилар томонидан талаб қилинадиган касбий аҳамиятга эга бўлган билим, кўникма ва малакаларни шакллантириш жараёнига ўқиш даврида ўз-ўзини тарбиялаш, турли курсларда параллел равишда ўқиш, оила ҳам ўз таъсирини ўтказади.

2) Касбий фазилатларни меҳнатда ҳам, касбий фаолиятда ҳам муҳим бўлган бошқа шахсий хусусиятлардан ажратиб бўлмайди.

3) Бир гуруҳ талабаларга бир хил таълим дастурини таклиф қилиш орқали олий таълим муассасаси охир-оқибат турли даражадаги мутахассисларни тайёрлайди. Улар асосан таълим дастурини ўзлаштириш даражасида, ўз касбининг муайян жиҳатларига шахсий йўналтирилганлигида ва бошқаларда фарқланади.

Таълимнинг маркетинг стратегияси қуйидаги таркибий қисмлардан иборат бўлиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

бозорда талабга эга бўлган вақтинчалик фойдани ҳисобга олган ҳолда фойдаланадиган ва фойдаланадиган таълим хизматларини кўрсатиш (ишлаб чиқариш);

таълим хизматлари истеъмолчиларининг аниқ мақсадли гуруҳлари ва турли корхоналар кўринишидаги мумкин бўлган воситачиларга қаратилган фаол мулоқот фаолиятини олиб бориш;

таълим хизматларини кўрсатиш жараёнининг мослашувчанлиги ва ўзгариши тезлиги билан ажралиб турадиган истеъмолчилар, жамият ва илмий-техник тараққиёт талабларини ҳисобга олган ҳолда таълим хизматлари кўламини кенгайтириш;

наrx белгилаш жараёни бозорнинг, унда фаолият кўрсатаётган рақобатчиларнинг сезиларли таъсири ва самарали талаб қийматига асосланади. Шу билан бирга, хизматлар қиймати қуйидагилар асосида шаклланади: талабалар томонидан инсон капиталидан фойдаланишдан кўшимча даромад олиш ғоясида ифодаланган кўшимча имтиёзлар;

меҳнат бозорида ҳам таълим хизматлари бозоридаги каби доимий тадқиқотлар олиб бориш (чунки меҳнат бозорида у ёки бу мутахассисга муайян даражадаги талаб қўйилади);

таълим муассасасининг ташкилий тузилмасига муассасанинг тижорат муваффақияти ва имижини учун масъул бўлган ва ўз тавсияларининг функционал томонидан бажарилишини назорат қилиш ва самарали таъминлаш ваколатига эга бўлган маркетинг бўлинмасини (бўлим, хизмат, гуруҳ) жорий этиш.

Хулоса ва таклифлар. Таълимга маркетинг стратегиясини жорий қилиш меҳнат бозорида талаб юқори бўлган, касбий меҳнат фаолияти бўйича олган билимлари мажмуини меҳнат шароитлари ва хусусиятларига мослаштирилган ҳолда амалга оширадиган рақобатбардош кадрларни тайёрлаш имкониятларини кенгайтиради. Маркетинг стратегияси биринчи навбатда, таълим фаолиятининг тактикаси, унинг “инструментал компоненти” ва ҳаракатлар кетма-кетлиги ҳисобланади.

Таълим соҳасидаги маркетинг сиёсатини бозор шароитида таълим хизматлари ва маҳсулотларини истеъмолчилари ва ишлаб чиқарувчиларининг ўзаро муносабатлари, иккала томоннинг устуворликлари ва ҳаракатларини эркин танлаш фалсафаси, стратегияси ва тактикаси дейиш мумкин.

Таълим хизматлари бозори жамоавий ва яқка истеъмолчилар томонидан бевосита талаб қилинадиган таълим хизматларини сотиб олиш ва сотиш билан боғлиқ иқтисодий муносабатлар тизими сифатида белгиланади. Шу билан бирга, таълим хизматлари бозори ўқув жараёни ишпирокчиларининг ўзаро муносабатлари сифатида ҳам белгиланиши

мумкин: талабалар, таълим хизматларини кўрсатувчи ташкилотлар, ушбу хизматларга ҳақ тўлайдиган шахслар ва ташкилотлар.

Таълим хизматлари бозорини ривожлантиришда маркетинг стратегиясидан фойдаланишнинг ўзига хос жихатлари таълим хизматларининг таълим хизматларини таъминлайдиган субъектлардан ажралмаслик, таълим хизматларини тақдим этиш жараёнлари ва натижалари учун қатъий стандартларни белгилашнинг мумкин эмаслиги ва мос эмаслиги, таълим хизматларининг сақланмаслик хусусиятлари билан бевосита боғлиқ.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг. [Эл.ресурс] – Режим доступа: <http://www.mcprg.ru/cgi-bin/rus/tour/article.cgi?art=1010403>.
2. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. Учебное пособие. М.: Интерпракс, 2006, 240 с.
3. Мамонтов С. А. Маркетинговые аспекты ассиметрии рынка труда и рынка образовательных услуг // Вестник Омского университета. Серия “Экономика”. №1. 2013. С.7-12.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида” Қонуни. 2020 йил 23 сентябрь, ЎРҚ-637-сон. Қонунчилик маълумотлари миллий базаси, 21.04.2021 й., 03/21/683/0375-сон, 12.10.2021 й., 03/21/721/0952-сон.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. Ю. Н. Каптуревского.. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
6. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. – СПб.: Наука, 2006 г. Котлер Ф, Армстронг Ф, Сондерс Г, Вонг Д. Основы маркетинга. – СПб.: Вильямс, 2008 г.
7. Мескон М.Х. Основы менеджмента /М.Х. Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури.- Москва: Дело, 2017.–705 с.
8. Рудь Л.П. Классификации маркетинговых стратегий: анализ современных подходов / Л. П. Рудь // Конкурентоспособная и безопасная продукция, востребованная рынком — залог экономической безопасности предприятия : сборник научных статей по итогам Международной (заочной) научно-практической конференции. — Смоленск: Российский университет кооперации, 2014.-С. 133-138.

И.Нематов	I.Nematov
<p>Особенности использования маркетинговой стратегии в развитии рынка услуг высшего образования</p> <p>Аннотация: в данной статье рассматривается роль и значение маркетинговой стратегии в развитии рынка образовательных услуг. Проанализирована тенденция развития республиканского рынка услуг высшего образования. Рассмотрены возможности развития рынка образовательных услуг.</p> <p>Ключевые слова: образовательная услуга, рынок образовательных услуг, маркетинговая стратегия, комплекс маркетинга, характеристики образовательных услуг, ВУЗ.</p>	<p>Specific aspects of the use of marketing strategy in the development of the market of higher education services</p> <p>Abstract: this article examines the role and importance of marketing strategy in the development of the educational services market. The development trend of the republican higher education services market is analyzed. Possibilities for the development of the educational services market were considered.</p> <p>Keywords: educational service, market of educational services, marketing strategy, marketing complex, characteristics of educational services, higher education institution.</p>

ISSN 2091-5187

∞ “СЕРВИС” ∞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

2.06.2023 йилда теришга берилди. 21.06.2023 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт
табағи 12,5. Адади 100 нусха. Буюртма № 0045А/23.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2023