

ХАЛҚ ТАЪЛИМИ МУАССАСАЛАРИ МАРКЕТИНГ ХИЗМАТЛАРИ ФАОЛИЯТИ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ

Маманазарова Наргиза Комильджановна

А. Авлоний миллий илмий-тадқиқот

институтининг илмий котиби, н.ф.ф.д. (PhD)

ermetova1980@mail.ru

Аннотация: Ушбу мақолада халқ таълими тизимида маркетинг фаолияти самарадорлигини баҳолаш, яъни, маркетинг бошқаруви концепциясини ишлаб чиқиш, уни қўллаш ва амалиётга татбиқ этиш самарадорлигини асослаш каби масалалар ёритилган. Шунингдек, халқ таълим муассасалари фаолиятида маркетинг бошқарувининг асосий кўрсаткичларини аниқлаш ва баҳолаш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: халқ таълими, маркетинг бошқаруви, таълим сифати, бошқарув самарадорлиги, маркетинг фаолияти

Кириш. Мамлакатимизда Янги Ўзбекистонни ва Учинчи Ренессанс пойдеворини барпо этиш борасида амалга оширилаётган туб ўзгаришлар ва ислохотлар самарадорлигини таъминлаш халқ таълими тизимини бошқаришнинг самарали механизмларини жорий этишга боғлиқ¹. Ҳозирги даврда республикамиз иқтисодиётининг мунтазам равишда барқарор суръатлар билан ривожланиб бориши хўжалик субъектларининг инновацион фаоллигини оширишга асосланган тизимли узвий тараққиёт босқичига ўтишни амалда талаб этмоқда. Бу жараён иқтисодиётнинг таълим тузилмасидаги ўзгаришларнинг кўрсаткичларида ўз аксини топмоқда, ҳамда бозор муносабатларининг амал қилиши шароитида таълим соҳасида хизмат кўрсатишни реструктуризация қилишнинг объектив зарурати юзага келмоқда. Шунга кўра, «... ёшларни мақсадли тарбиялаб бориш, уларни мактаб давридан селекция қилиш, кейинчалик олий ўқув юртларига қамраб олиш бўйича самарали механизмни жорий этиш. Халқ таълими тизимида ўқув жараёнига мутлақо янги ёндашувларни жорий этиш»² каби муҳим вазифаларни амалга оширишга қаратилган. Мазкур вазифалар мактаб таълимида маркетинг хизматлари фаолиятини татбиқ этиш, умумий ўрта таълимда ташкилий-бошқарув механизмларни такомиллаштиришни тақозо этади.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 5 сентябрдаги «Халқ таълимини бошқариш тизимини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПФ-5538-сон Фармони.

² Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Халқ таълими тизимини ривожлантириш, педагогларнинг малакаси ва жамиятдаги нуфузини ошириш, ёш авлод маънавиятини юксалтириш масалалари»га бағишлаб ўтказилган видеоселектор йиғилиш маърузаси. Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси 34-сон баёни, 2019 йил 23 август.

Масаланинг долзарблиги юзасидан таъкидлаш жоизки, халқ таълими тизимидаги умумий ўрта таълим муассасаларининг маркетинг бошқаруви концепциясини ишлаб чиқиш, уни қўллаш ва амалиётга татбиқ этиш самарадорлигини асослаш илмий тадқиқотимиз вазифалари қаторига киради. Халқ таълими тизимидаги умумий ўрта таълим муассасалари маркетингини ҳар томонлама баҳолаш мақсадга мувофиқ. Бу ўринда шуни ҳам эслатиб ўтиш жоизки, мавжуд ресурслар салоҳиятидан оптимал фойдаланиш тадқиқотнинг назарий ва амалий жиҳатлари бўйича энг кам ривожланган йўналиш ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Таълим тизими маркетингини бошқариш, уни такомиллаштириш масалалари билан А.Х.Абдуллаев [3], К.М. Алмакучуков [4], Г. Ахунова [5], Д. Назарова [6], Д. Набиев [7], А.О. Очилов [8], Н.С.Раҳимов [3], М.О.Хадаев [3] каби олимлар шуғулланишган ва тадқиқот ишлари давомида салмоқли натижаларга эришилган, аммо халқ таълим тизимида маркетинг фаолиятини бошқариш масалалари тўлиқ ўрганилмаган.

Масалан, А.Х.Абдуллаев, Н.С.Раҳимов, М.О.Хадаевлар таълим хизматларининг сифати бевосита уларни ишлаб чиқариш шароитларига (замонавий таълим ва тарбия технологияларидан фойдаланиш, юқори малакали ўқитувчилар мавжудлиги) эмас, балки таълим муассасага қабул қилинган болаларнинг индивидуал ақлий қобилиятлари, иштиёқлари, ўқувларнинг мазмуни, услуби, ўқитувчининг тайёргарлик даражасига, ва ҳаттоки, дарс жадвали ва йил мавсумига боғлиқ ҳолда барқарорсизлигига ҳам боғлиқлигини изоҳлайдилар [3].

Бундан келиб чиққан ҳолда, ҳар бир умумтаълим муассасада маркетинг фаолиятини баҳолаш бўйича тафовутлар мавжуд бўлиб, улар қуйидаги жиҳатлар билан боғлиқ:

раҳбар таълим сифати ва таълим муассаса рақобатбардошлигини таъминлашда бошқарувнинг умумий таркибида маркетинг маркетингни амалга ошириш зарурлигини англаб етганлиги;

меҳнат ва таълим хизматлари талаблари асосида маркетинг хизматларини тақдим этишга қодир малакали кадрларни мавжудлиги;

маркетинг тадқиқотларини олиб бориш ва унинг натижасига асосланиб таълим муассасанинг стратегик мақсадини белгилаш, истиқболли режалар ишлаб чиқиш ва унга эришиш учун белгиланган вазифаларини ўз муддатида ва сифатли бажариш;

самарали бошқарувни амалга ошириш ва якуний фаолият кўрсаткичларига эришиш ҳамда рақобатбардошликни ошириш учун зарур бўлган ресурслар билан таъминланганлик даражаси.

Таҳлил ва натижалар. Маркетинг хизматининг натижалари таҳлили асосида халқ таълими тизими маркетинг хизмати фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг асосий сифат кўрсаткичларини белгиладик. Улар таркибига таълим сифати ва мактабнинг рақобатбардошлиги ошиши, битирувчиларнинг ОТМга кирганлар салмоғи каби кўрсаткичларни киритдик (1-жадвал).

1-жадвал

Халқ таълими тизими маркетинг хизмати фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг асосий сифат кўрсаткичлари

Таълим хизматлари йўналишлари	Кўрсаткичлар
Таълим сифати	<ul style="list-style-type: none"> - Халқаро миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўрик-танловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони; - республика миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўрик-танловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони; - вилоят миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўрик-танловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони; - туман (шаҳар) миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўрик-танловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони;
Муассаса рақобатбардошлиги	<ul style="list-style-type: none"> - республика миқёсидаги рейтинги; - туман (шаҳар) миқёсидаги рейтинги; - таълим муассасанинг ижтимоий фаоллик даражаси;
Битирувчиларнинг ОТМга кирганлар салмоғи	<ul style="list-style-type: none"> - умумий битирувчилар сонидан 5 % гача; - умумий битирувчилар сонидан 5-20 % гача; - умумий битирувчилар сонидан 20-50 % гача; - умумий битирувчилар сонидан 50 % дан юқори;
Кадрлар билан ишлаш	<ul style="list-style-type: none"> - Ўзбекистон Республикасининг давлат мукофотлари билан тақдирланган педагог кадрлар сони; - «Устоз» миллий мукофоти ғолиблари; - магистр даражасига эга мутахассислар сони; - фан номзоди, фалсафа доктори илмий даражасига эга бўлган педагоглар сони; - олий тоифали ўқитувчилар сони; - биринчи тоифали ўқитувчилар сони

Тадқиқот жараёнида халқ таълими тизимида маркетинг хизмати фаолияти самарадорлигини таълим сифати ва муассаса рақобатбардошлиги барқарорлигини таҳлил қилиш орқали аниқладик. Шундан келиб чиқиб, маркетинг хизмати самарадорлигини баҳолаш учун тақлиф этилган

кўрсаткичлар асосида таълим сифати ва муассаса рақобатбардошлиги барқарорлиги коэффициентидан фойдаландик:

$$K_b = N/N_{um},$$

Бунда:

K_b – тадқиқ этилаётган даврда танлаб олинган кўрсаткич бўйича таълим сифати ва муассаса рақобатбардошлигининг ривожланиш барқарорлиги коэффициенти;

N – маркетинг хизмати самарадорлигини баҳолаш учун таклиф этилган кўрсаткичнинг ижобий ўзгаришлари сони;

N_{um} – маркетинг хизмати самарадорлигини баҳолаш учун таклиф этилган кўрсаткич ўзгаришлари умумий сони, шунингдек, ўзгариш - «0» га тенг бўлганида.

Таклиф этилган кўрсаткичлар турли натижаларга эгали бўлганлиги сабабли (таълим муассаса фаолиятининг амалдаги натижалари, жамоа ва экспертлар баҳоларини умумлаштириш), интеграл кўрсаткич ҳисоб-китоби ёрдамида бирлаштирамиз:

$$K_{bu} = (\sum Y_i \times K_{bi}) / n,$$

Бунда:

K_{bu} – таълим муассаса ривожланиш барқарорлиги йиғма интеграл кўрсаткичи;

Y_i – маркетинг хизмати самарадорлигини баҳолаш учун таклиф этилган кўрсаткичлар учун маркетинг фаолиятини баҳолашда i -мезони салмоғи;

K_{bi} – маркетинг хизмати самарадорлигини баҳолаш учун таклиф этилган кўрсаткичлар асосида ҳисоблаб чиқилган таълим сифати ва муассаса ривожланиш барқарорлиги кўрсаткичлар коэффициенти;

n –коэффициентлар сони.

Таклиф этилган методологик ёндашув Тошкент шаҳри, Фарғона ва Тошкент вилоятларининг қатор умумий ўрта таълим мактаблари мисолида апробация қилинди.

Умумий ўрта таълим мактаблари маркетинг хизматлари самарадорлиги натижаларига асосланган қиёсий динамик қаторлар таклиф этилган ҳар бир кўрсаткичнинг якуний натижага таъсири ва маркетинг хизматларининг самарадорлиги ўзгаришининг асосий тенденцияларини аниқлашга, шунингдек, муассасанинг рақобатли устунликларини аниқлаш, таълим хизматлари бозори талаблари асосида маркетинг хизматларига ўзгартиришлар киритиш ва рақобатбардошлигини сақлаб қолиш учун келажакдаги мақсадларга эришишни башорат қилиш орқали умумий ўрта таълим мактабининг истиқбол режаларини мақсадли шакллантириш имконини беради.

Тошкент шаҳри, Фарғона ва Тошкент вилоятлар халқ таълими бошқармаларида ташкил этилган маркетинг хизмати самарадорлигининг таҳлили таълим сифати ва муассаса рақобатбардошлигида барқарор ўсиш тенденцияси мавжудлигини кўрсатди.

Хулоса ва таклифлар

Олинган маълумотларни таҳлил қилиш асосида ОТМнинг маркетинг бошқарувини янада ривожлантириш ва такомиллаштириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган.

Маркетинг бошқаруви самарадорлигини баҳолашнинг асосий масалаларидан бири маркетинг бўлимининг ОТМ ташкилий таркибидаги ўрни ва ролини, шу жумладан, бошқа таркибий бўлинмалар билан ўзаро муносабатларининг фаолият йўналишлари рўйхатини, уларнинг тўлиқлиги ва мураккаблигини аниқлаш ҳисобланади.

Шунга мувофиқ маркетинг бошқарувини ташкил қилиш самарадорлигини куйидаги кўрсаткичлар йиғиндиси билан баҳолаймиз: маркетинг хизматининг самарали фаолиятини амалга ошириши учун меҳнат ва таълим хизматлари бозорини тадқиқ этиш, рақобатчиларни ўрганиш, ўқув жараёнини бошқариш, таълим хизматлари ва дастурларининг янги ғояларини ташкил қилиш, таълим хизматларини илгари суриш ва сифатли таълимни тақдим этиш, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш, маркетинг хизматини халқ таълими бошқарув тизимига интеграция қилиш, маркетинг хизматининг халқ таълими тизими ташкилот ва муассасалари билан ўзаро алоқасини таъминлаш, маркетинг хизмати натижаларини таҳлил қилиш, таҳлилар асосида тузатиш киритиш.

Халқ таълими тизимида маркетинг бошқарувини ташкил қилишни объектив баҳолаш маркетинг бўлимининг мавқеини ва унинг ишбилармонлик фаоллиги даражасини аниқлаш имконини беради.

Олинган натижалар халқ таълими бошқармаларида ташкил этилган маркетинг хизмати самарадорлигини миқдорий жиҳатдан асослашга ҳамда маркетинг хизматининг фаоллиги даражасини аниқлаш орқали халқ таълими тизими маркетинг хизмати фаолияти самарадорлигини баҳолаш имконини берди.

Таълим хизматлари бозорида рақобатчи таълим муассасалари ўртасида маркетинг хизмати фаолияти самарадорлигини баҳолаш учун олинган қийматларни танланган мезонларнинг нисбати орқали қайта ишлаймиз. Таълим муассасалари маркетинг хизмати фаолияти самарадорлигини таъминлайдиган ижобий даража >1 , қарама-қарши қийматга нисбатан салбий даража эса < 1 қиймати мос келади. Бундан ташқари, агар қийматлар тенг бўлса, оралиқ вариант бўлиши мумкин.

халқ таълими тизимининг маркетинг хизмати фаолиятини таҳлили унинг ташкил этиш ва ривожланиши асосий истеъмолчилар гуруҳларининг эҳтиёжлари

ва кутувларини узлуксиз равишда таҳлил қилиш, улар талаб қиладиган таълим хизматларини, шу жумладан, мазмун, технология ва хизмат компонентлари каби таркибий қисмларни ишлаб чиқиш ва тақдим этиш билан боғлиқлигини кўрсатади. Бу эса, ўз навбатида, муассасанинг самарадорлигини ошириш, унинг рақобатдош устунликларни шакллантириш, таълим хизматларини тақдим этишни самарали бошқариш орқали мақсадга эришиш, истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини ўрганиш, ресурсларни ажратиш ва мақсадли бозорни танлаш билан рақобатчиларга нисбатан танланган сегментларнинг эҳтиёжларини тўлиқ қондириш имконини беради.

Шундай қилиб, тадқиқотда маркетинг хизмати муассаса фаолияти самарадорлигини оширишга ва рақобатбардош устунликларини шакллантиришга қаратилган, таълим хизматлари истеъмолчилари ва умуман жамиятнинг манфаатларини мувозанатлаштириш ва уйғунлаштиришга имкон берувчи умумтаълим муассаса сифатида таърифланиб, истеъмолчилар эҳтиёжларига мос келадиган таълим хизматларини ишлаб чиқиш ва тақдим этиш, шунингдек, уларнинг ижтимоий аҳамиятли таълим эҳтиёжларини ривожлантириш орқали амалга оширилади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 5 сентябрдаги «Халқ таълимини бошқариш тизимини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПФ-5538-сон Фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Халқ таълими тизимини ривожлантириш, педагогларнинг малакаси ва жамиятдаги нуфузини ошириш, ёш авлод маънавиятини юксалтириш масалалари»га бағишлаб ўтказилган видеоселектор йиғилиш маърузаси. Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси 34-сон баёни, 2019 йил 23 август.
3. Абдуллаев Н.С., Раҳимов, М.О. Хадаев. “Катта ёшдаги аҳолини ўқитиш марказига: қадам-бақадам” Услубий қўлланмаси, Тошкент, 2013 йил.
4. Алмакучуков К.М. Технологии управления маркетингом в вузе // Высшее образование Кыргызской Республики. – 2008. – 2/12. – с.44-50.
5. Ахунова Г. Ўзбекистонда таълим хизматлари маркетинги муаммолари: Монография. – Тошкент. – 2005. – 244 б.
6. Назарова Д. Таълим хизматлари маркетингида ахборотни бошқариш // Жамият ва бошқарув. – 2010. – 3. – 65-67-б.
7. Набиев Д. Совершенствование управления маркетингом образовательных услуг в условиях модернизации экономики. Автореф. ... докт. эконом. наук. – Ташкент, 2009. – 48 с.
8. Очилов А.О. Маркетинг в сфере высшего образования // Экономика и финансы. – Москва, 2009. – № 3 (156). – С. 64-65.