



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№7



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2025



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Elektron nashr. 35 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 1-iyulda ruxsat etildi.

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golischeva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

- Salimov Okil Umrzokovich**, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjavevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhmatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridakhon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-sonli qarori bilan ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

O'zbekistonda aholi ish bilan bandligini oshirishda davlatning roli20	20
Juraqulov Baxrimurod Ilxomovich	
BIM texnologiyasi: zamonaviy qurilish sohasida samaradorlik va shaffoflik omili26	26
Usmonov F.B., Rajabova A.Sh.	
Nodavlat oliy ta'lim muassasalarida marketing faoliyati samaradorligini oshirish metodologiyasini takomillashtirish31	31
Yuldashov Isomiddin Sidiqovich	



NODAVLAT OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MARKETING FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH

Yuldashov Isomiddin Sidiqovich

Oriental universiteti I.f.n., dotsent

Annotatsiya: Ushbu maqolada oliy ta'lim tizimida marketing faoliyati samaradorligini boshqarish, ya'ni, marketing boshqaruvi konsepsiyasini ishlab chiqish, uni qo'llash va amaliyotga tatbiq etish samaradorligini asoslash kabi muhim masalalar yoritilgan. Shuningdek, oliy ta'lim muassasalari faoliyatida marketing boshqaruvining asosiy universal parametrlarini aniqlash va baholash bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: oliy ta'lim, marketing boshqaruvi, ta'lim sifati, kadrlar tayyorlash, marketing faoliyati.

Abstract: This article covers important issues such as the management of the effectiveness of marketing activities in the higher education system, that is, the development of the concept of marketing management, its application, and the justification of its effectiveness in practice. Also, suggestions and recommendations were developed for determining and evaluating the main universal parameters of marketing management in the activities of higher educational institutions.

Key words: higher education, marketing management, quality of education, personnel training, marketing activity.

Аннотация: В данной статье освещены актуальные вопросы управления эффективностью маркетинговой деятельности в системе высшего образования, в частности разработка, применение и внедрение концепции маркетингового управления в практику. Кроме того, разработаны предложения и рекомендации по выявлению и оценке универсальных параметров маркетингового управления в деятельности высших образовательных учреждений.

Ключевые слова: высшее образование, маркетинговое управление, качество образования, подготовка кадров, маркетинговая деятельность.

KIRISH

O'zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning asosiy maqsadi hozirgi davrda iqtisodiyot tarmoq va sohalarida faoliyat olib borayotgan barcha tur va shakldagi korxonalarining barqaror rivojlanishiga qaratilgandir. Shu jihatdan, iqtisodiyot tarmoqlarini modernizatsiyalash, diversifikatsiyalash, moliyalashtirish, investitsiyalash, zamonaviy texnika va raqamli texnologiyalarni jalb etish barobarida ular faoliyatida marketing xizmatlari faoliyatini takomillashtirish har qanday soha, shu jumladan, oliy ta'lim tizimi oldida turgan hamda o'z yechimini kutayotgan dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi.

Mamlakatimizda ta'lim tizimini, jumladan, oliy ta'lim tizimini modernizatsiyalash, uni yangi bosqichga ko'tarish asosida kreativ fikrlaydigan raqobatbardosh yuqori malakali kadrlarni tayyorlash borasida keng miqyosda olib borilayotgan islohotlar va me'yoriy-huquqiy hujjatlar fikrimizning isbotidir.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasida ta'kidlanganidek: "Kadrlar malakasini xalqaro mehnat bozori talablariga moslashtirish maqsadida milliy malaka tizimi ishlab chiqiladi. Ushbu tizim 9 mingga yaqin kasblar bo'yicha kadrlar tayyorlash imkonini beradi. Oliy ma'lumot olaman, o'z ustimda ishlab, ilimli bo'laman, degan, yuragida o'ti bor, jo'shqin yoshlarimizning tahsil olishi uchun hamma qulayliklarni yaratishimiz shart".¹

1 O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. -Toshkent, "Xalq so'zi" gazetasi, 2020-yil 25-yanvar. www.press-servis.uz



MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

So'nggi yillarda nodavlat oliy ta'lim muassasalari (NOTM) faoliyati tobora kengayib, raqobat muhiti kuchayib bormoqda. Marketing konsepsiyasining ta'lim tizimiga tatbiqi, ayniqsa NOTMLar sharoitida, talabalarga yo'naltirilgan xizmat ko'rsatish, brend imijini shakllantirish va bozor talablariga moslashuvchan strategiyalar ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Dunyo tajribasidan ma'lumki, rivojlangan davlatlarda xususiy universitetlar bozorda o'z pozitsiyasini kuchaytirishda aniq marketing tahlili, raqamli texnologiyalar asosidagi reklama strategiyalari, mijoz ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmatlar va innovatsion yondashuvlardan keng foydalanmoqda. F. Kotler ta'kidlashicha, ta'lim muassasalarida marketing strategiyasi foydalanuvchi qadriyatlariga asoslanishi kerak. O'zbekistonlik tadqiqotchilar A. Qurbonov va Z. Yo'ldoshev o'z tadqiqotlarida NOTMLar marketingi o'ziga xos yondashuvlarni talab qilishini ta'kidlagan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotda kompleks yondashuv asosida ilmiy tahlil amalga oshirildi. Metodologik yondashuv sifatida quyidagi uslublar qo'llanildi: Tahliliy-uslubiy yondashuv-nodavlat oliy ta'lim muassasalarida marketing faoliyatining amaldagi holati, mavjud muammolar va imkoniyatlar o'rganildi. Statistik ma'lumotlar asosida mavjud marketing faoliyatining samaradorlik ko'rsatkichlari tahlil qilindi. Taqqoslash usuli-O'zbekiston va bir qator xorijiy davlatlardagi nodavlat oliy ta'lim muassasalarining marketing strategiyalari o'rtasida taqqoslama tahlil olib borildi. Bu esa mahalliy sharoitda qo'llanishi mumkin bo'lgan ilg'or tajribalarni aniqlashga xizmat qildi. Tadqiqot natijalari asosida nazariy asoslar mustahkamlandi va marketing faoliyatini takomillashtirish bo'yicha aniq takliflar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Jahon mehnat va mahsulotlar bozorlarida raqobatning keskin darajada ortib borishi, bu jarayonda mutaxassislar iqtisodiyot tarmoqlarining sifat jihatdan rivojlanishida asosiy omilligi sharoitida kadrlar tayyorlashga mas'ul bo'lgan oliy ta'lim muassasalarini istiqbol talablariga muvofiq holda barqaror rivojlantirish va samarali boshqarishga ustuvor darajada e'tibor qaratilmoqda. Jahon bankining ma'lumotlariga ko'ra "2020-yilda dunyo bo'yicha oliy ta'lim muassasalarida jami 100 million talaba tahsil olgan bo'lsa, bu ko'rsatkich bugungi kunda 220 millionga yaqin ko'rsatkichni tashkil qilmoqda"². Bugungi kunda oliy ta'lim sohasini maqsadli rivojlantirish va boshqarish samaradorligini oshirishda aniq maqsadli va barqaror rivojlanishni ta'minlashga yo'naltirilgan strategiyalar, jumladan, innovatsion marketing faoliyatini boshqarish strategiyalariga dolzarb muammolardan biri sifatida qaralmoqda. Jahonda oliy ta'lim tizimini maqsadli rivojlantirish va boshqarish samaradorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish borasidagi tadqiqotlar tarkibida innovatsion marketing faoliyatini boshqarish strategiyalari yo'nalishidagi izlanishlarga ustuvor darajada qaralmoqda.

Bu borada ta'lim sifati va uni zamonaviy texnologiyalarga ko'ra samarali boshqarish asosida tizim raqobatbardoshligini oshirishning marketing faoliyatini takomillashtirish, marketing natijalariga ko'ra iqtisodiy o'sishni ta'minlashda ta'limning ahamiyatini baholash, bozor mexanizmlari asosida bitiruvchilar bandligini ta'minlashning marketing uslubiyotini takomillashtirish, marketing faoliyatini samarali boshqarish kabi yo'nalishdagi tadqiqotlarga alohida ahamiyat qaratilmoqda. Yangi O'zbekistonni barpo etish jarayonida oliy ta'lim tizimini rivojlantirishni sifat jihatdan yangi bosqichga olib chiqish, ilg'or ta'lim texnologiyalariga asoslangan holda ta'lim sifatini oshirish, zamonaviy bilim va yuksak ma'naviy-axloqiy fazilatlariga ega, mustaqil fikrlaydigan raqobatbardosh kadrlar tayyorlash kabi yo'nalishlarda islohotlar amalga oshirilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi "O'zbekiston-2030 strategiyasi to'g'risida"gi PF-158-son Farmonida³ oliy ta'lim bilan qamrovni kengaytirish, oliy ta'lim muassasalari tashkiliyboshqaruv faoliyatini takomillashtirish, korxonalar va oliygoh – ilmiy tashkiloti klaster tizimini joriy etish va ilmiy tadqiqotlarni va innovatsion tashabbuslarni qo'llab quvvatlash kabi vazifalar belgilab berilgan.

Belgilangan vazifalarni samarali amalga oshirishda oliy ta'lim muassasalari (OTM) raqobatbardoshligini oshirish, inson kapitalini mehnat bozori talablari asosida rivojlantirish, sog'lom raqobat muhitini shakllantirish, muassasalar jozibadorligini kuchaytirish hamda ta'lim jarayoniga raqamli va zamonaviy ta'lim texnologiyalarini taqaballashtirilgan holda joriy etish muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, oliy ta'limning innovatsion marketing faoliyatini boshqarishning metodologik va uslubiy asoslarini takomillashtirish yo'nalishidagi ilmiy tadqiqotlar ko'lamini kengaytirish maqsadga muvofiqdir.

² <https://blogs.worldbank.org/en/education/higher-education-understanding-demand-and-redefining-values>

³ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son "O'zbekiston-2030" Strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni. <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>



Mamlakatda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi davlat va nodavlat oliy ta'lim muassasalari faoliyatining iqtisodiy sharoitlariga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatmoqda. Tashqi muhitda beqarorlikning kuchayishi, noaniqlikning ortishi, ta'lim xizmatlari bozorida raqobatning kuchayishi hamda oliy ta'limni byudjetdan moliyalashtirishning sezilarli darajada qisqarishi ushbu sharoitni belgilovchi asosiy omillar sirasiga kiradi.

Nodavlat oliy ta'lim muassasalari o'zining hayotiyiligini ta'minlash, moliyaviy barqarorlikni saqlab qolish hamda uzoq muddatli rivojlanish manbalarini shakllantirishda bir qator jiddiy muammolarga duch kelmoqda. Ushbu muammolarni samarali hal etish nodavlat oliy ta'lim muassasalarini boshqarishda strategik marketing yondashuvlarini keng joriy etishni talab qiladi.

Bugungi kunda ta'lim faoliyatidan tushayotgan tushumlar hisobidan nodavlat oliy ta'lim muassasalari o'z faoliyatini 40–60 foiz darajasida moliyalashtirmoqda. Bozor iqtisodiyoti sharoitida bu ko'rsatkich mazkur muassasalar uchun nafaqat kadrlar resursini saqlab qolish, balki moddiy-texnika bazasini kengaytirish va mustahkamlash, shu bilan birga, jamiyat oldidagi ta'limiy va ilmiy missiyasini samarali amalga oshirish imkonini beruvchi muhim moliyaviy manba sifatida xizmat qilmoqda. Olingan umumiy mablag'lar tarkibida davlat byudjetidan ajratilayotgan moliyaviy resurslar ulushining izchil qisqarib borayotgani davlat OTMLarining ta'lim faoliyatini boshqarish bo'yicha masalalarni yanada dolzarblashtirmoqda. Shu nuqtai nazardan, mamlakatda nodavlat oliy ta'lim muassasalarining iqtisodiy xavfsizligi va akademik erkinligini ta'minlash darajasi ularning marketing faoliyatining rivojlanish holatiga bevosita bog'liq ekanligini ta'kidlash joiz.

Marketing faoliyati nodavlat oliy ta'lim muassasalarida asosiy ilmiy va ijtimoiy dasturlarni moliyalashtirishda yuzaga kelayotgan doimiy moliyaviy yetishmovchilik muammolarini hal qilish hamda tijorat universitetlarining homiylarga qaramligini kamaytirishning samarali vositalaridan biri hisoblanadi.

Nodavlat oliy ta'lim muassasalarida marketing faoliyatining turli jihatlariga yagona kontseptsiya doirasida birlashtirilishi lozim. Ideal holatda esa har bir ta'lim muassasasi o'zining mustaqil marketing strategiyasiga ega bo'lishi zarur. Bunday yondashuv xizmatlarning o'ziga xosligi va oliy o'quv yurtlarining tashkiliy tuzilmasidan kelib chiqadigan turli omillarni inobatga olishga xizmat qiladi.

Marketing faoliyatini boshqarishni tashkil etishdagi muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish ta'lim xizmatlarini yanada samaraliroq ko'rsatish, shuningdek, o'quv jarayoni sifatini oshirish imkonini beradi. Ushbu imkoniyat quyidagi asosiy vazifalarni amalga oshirishni taqozo etadi:

Nodavlat oliy ta'lim muassasalarida marketing faoliyatini tashkil etishning tarkibiy elementlari aniqlanadi. Bunda ta'lim muassasalarining rejalashtirilgan yo'nalishlardan chetga chiqish holatlariga asoslanib boshqarishni amalga oshirish uchun mezonlar tizimi ishlab chiqiladi.

Nodavlat oliy ta'lim muassasalarida marketing strategiyasining konseptual modeli ishlab chiqilishi zarur. Bu model ta'lim faoliyatining iqtisodiy samaradorligini baholashda maqsad va natijalar o'rtasidagi uzviy bog'liqlikni ta'minlaydi.

Marketing yondashuvi asosida ta'lim muassasalarining strategik boshqaruv konsepsiyasi shakllantiriladi. Unga ko'ra, biznes strategiyasi ishlab chiqish bosqichlari potentsial talabalarning maqsadli segmentlarini tahlil qilish, ularning ehtiyoj va imtiyozlarini aniqlash asosida taklif etiladi.

Raqobat muhitida ta'lim faoliyati samaradorligini baholovchi integral ko'rsatkich taklif etiladi. Ushbu ko'rsatkichlarni aniqlashda quyidagi uchta blok e'tiborga olinadi: universitetning moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlari, ta'lim jarayonining iqtisodiy ko'rsatkichlari hamda mazkur jarayonni ta'minlovchi resurs ko'rsatkichlari.

Ta'lim xizmatlari bozorini segmentatsiyalash strategiyasining tarkibiy va mantiqiy modeli ishlab chiqiladi. Ushbu model xizmatlarning bozordagi turli segmentlardagi o'ziga xosliklarini inobatga olish imkonini beradi.

Ta'lim xizmatlari iste'molchilarini segmentatsiyalashga asoslangan holda nodavlat oliy ta'lim muassasalarining marketing faoliyatini boshqarish mexanizmi ishlab chiqiladi.

Nodavlat oliy ta'lim muassasalarining ta'lim faoliyati samaradorligini dinamik ravishda baholovchi integral ko'rsatkichlar asosida, marketing faoliyatini boshqarishning iqtisodiy samaradorligini aniqlashga qaratilgan uslubiy yondashuv taklif etiladi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati shundan iboratki, ushbu maqolada ishlab chiqilgan ilmiy qoidalar nodavlat oliy ta'lim muassasalarida strategik marketingni boshqarishning samarali mexanizmini shakllantirish uchun nazariy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi. Asoslangan real ma'lumotlar asosida ta'lim muassasalarining marketing faoliyatini baholash va taqqoslash orqali ularning raqobatchilar orasidagi haqiqatga yaqin mavqeini aniqlash, shuningdek, ta'lim iste'molchilari tomonidan tanlovning asoslilikini oshirishga imkon yaratiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Nodavlat oliy ta'lim muassasalarida marketing faoliyatini samarali tashkil etish ularning moliyaviy barqarorligi, raqobatbardoshligi va ta'lim sifatini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, marketing strategiyasining mavjud emasligi yoki sustligi muassasalarning rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda. Raqobat kuchayib borayotgan ta'lim bozorida nodavlat OTMLar o'z faoliyatini faqat ta'limdan tushgan



tushum hisobidan emas, balki marketing orqali shakllantirilgan qo'shimcha iqtisodiy imkoniyatlar orqali ham moliyalashtirishi zarur. Shu asosda quyidagi takliflar ilgari suriladi:

Marketing strategiyasini ishlab chiqish va joriy etish-har bir nodavlat OTM o'zining alohida marketing kontsepsiyasiga ega bo'lishi va uni amaliyotga joriy etishi lozim.

Segmentatsiya asosida xizmatlarni diversifikatsiya qilish-ta'lim xizmatlari bozorini tahlil qilgan holda turli toifadagi iste'molchilarga moslashtirilgan xizmat turlarini taklif qilish kerak.

Strategik menejmentga marketing yondashuvini integratsiyalash -OTM faoliyatini rejalashtirish va boshqarishda marketing maqsadlari asos qilib olinishi zarur.

Samaradorlik ko'rsatkichlarini ishlab chiqish-moliyaviy, iqtisodiy va jarayon ko'rsatkichlari asosida marketing faoliyatining natijadorligini muntazam

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi.-Toshkent: "Xalq so'zi" gazetasi, 2020-yil 25-yanvar. www.press-servise.uz
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 21-apreldagi "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-2909-sonli qarori. <https://lex.uz/acts/-3286194>
3. Nabiyev D. "Modernizatsiyalashayotgan iqtisodiyot sharoitida ta'lim xizmatlari marketingini boshqarishni takomillashtirish". Iqtisod fanlari doktori dissertatsiyasining avtoreferati. -Toshkent, 2009. -48 b.
4. Axunova G. "O'zbekistonda ta'lim xizmatlari marketingi muammolari" Monografiya -Toshkent, 2005. -244 b.
5. Shemetova N.K. "Marketingovaya strategiya vysshego uchebnogo zavedeniya: formirovanie i otsenka effektivnosti realizatsii" -Obrazovanie i nauka, 2015, 1(1): 21-32.
6. Qahhorov O.S. "Oliy ta'lim muassasalari marketing faoliyati samaradorligini boshqarish" -Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. - 2019 -№ 6. -141 b.
7. Bialoń L. "Creating Marketing Strategies for Higher Education Institutions" -Marketing of Scientific and Research Organizations (MINIB) -2015, Vol. 18, Issue 4, pp. 129-146. <https://www.researchgate.net>
8. Nabiyev D. "Sovershenstvovanie upravleniya marketingom obrazovatel'nykh uslug v usloviyax modernizatsii ekonomiki" -Avtoref. dokt. ekon. nauk. -Toshkent, 2009. -48
9. Nazarova D. "Ta'lim xizmatlari marketingida axborotni boshqarish"- Jamiyat va boshqaruv. -2010. -№ 3. 65-67-b.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 7

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>
