

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM MUASSASALARINING MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH: HUQUQIY ASOSLAR VA STRATEGIK YONDASHUVLAR

Tadqiqodchi: **Marksov Abrorbek Xurmatbek o'g'li**
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15188705>

Kirish.

Oliy ta'lim muassasalari (OTMlar) har bir mamlakatning ta'lim tizimining ajralmas qismi bo'lib, nafaqat milliy, balki xalqaro miqyosda ham ta'lim sifatini oshirish, ilm-fan, innovatsiyalar va iqtisodiy rivojlanishga hissa qo'shadi. Dunyo bo'ylab oliy ta'lim muassasalari, raqobatbardosh brendlarni shakllantirish va ta'lim tizimini rivojlantirish borasida muhim o'rin egallaydi. Oliy ta'limning samaradorligi va sifatini oshirish nafaqat ichki bozorni qamrab olish, balki xalqaro reytinglar va ko'plab xalqaro hamkorliklar orqali mamlakatning global ta'lim tizimiga integratsiyasini ta'minlash imkoniyatini yaratadi.

O'zbekiston Respublikasida so'nggi yillarda oliy ta'lim tizimini takomillashtirish va raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha bir qator strategik farmonlar, qarorlar va dasturlar ishlab chiqilgan. Ushbu hujjatlar nafaqat oliy ta'lim muassasalarining sifatini oshirish, balki xalqaro miqyosda ularni tanitish, ilmiy faoliyatni rivojlantirish, innovatsiyalarni joriy etish va raqamli texnologiyalarni qo'llash orqali raqobatbardoshlikni kuchaytirishga ham qaratilgan. Ayniqsa, marketing strategiyalarini ishlab chiqish va ularni amalga oshirish, oliy ta'lim muassasalarining tashqi va ichki imidjini yaxshilashda, ular uchun yangi bozorlar va imkoniyatlarni ochishda katta rol o'ynaydi.

Mamlakatimizda amalga oshirilgan islohotlar, shu jumladan, ta'lim tizimini xalqaro standartlarga moslashtirish va oliy ta'lim muassasalarini xalqaro reytinglarga kirish uchun tayyorlash, raqamli marketing va universitetlar faoliyatini yaxshilashni nazarda tutuvchi bir nechta huquqiy asoslar yaratildi. OTMlarning marketing strategiyalarini rivojlantirishga qaratilgan bu hujjatlar, universitetlarning xalqaro miqyosda raqobatbardoshligini oshirish, ta'lim xizmatlarini yaxshilash, bitiruvchilarning muvaffaqiyatlarini targ'ib qilish va umumiy ravishda mamlakat ta'lim tizimining jahon miqyosida o'z o'rnini topishiga imkon yaratadi.

Metodologiya. Mazkur maqolada, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qabul qilgan 2017-yil 20-apreldagi PQ-2909-son "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori – Oliy ta'lim tizimini rivojlantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar dasturi, 2019-yil 8-oktabrdagi PF-5847-son "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi farmoni – Ilm-fan va ilmiy faoliyatni rivojlantirish chora-tadbirlari, 2020-yil 6-noyabrdagi PF-6108-son "O'zbekistonning yangi taraqqiyot davrida ta'lim-tarbiya va ilm-fan sohalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni va boshqa huquqiy asoslar tahlil qilinib, uning marketing strategiyalari va oliy ta'lim muassasalarining brendini rivojlantirishga qo'shgan hissasi aniqlanadi.

Tahlil va natijalar. O'zbekiston Respublikasida oliy ta'lim muassasalarining marketing strategiyalarini rivojlantirishga qaratilgan bir qator muhim qarorlar va farmonlar qabul qilingan. Ushbu hujjatlar, universitetlarning raqobatbardoshligini oshirish, marketing faoliyatini kuchaytirish, ilm-fan va ta'lim sifatini yaxshilashga qaratilgan. 2017-yil 20-apreldagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-2909-son qarori, oliy ta'lim tizimini 2017–2021-

yillarda rivojlantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar dasturini tasdiqladi. Bu qaror oliy ta'lim muassasalarining sifatini oshirish va xalqaro reytinglarda ishtirokini rag'batlantirishni maqsad qilib qo'ygan. Xususan, qarorda "Oliy ta'lim muassasalarida marketing yondashuvlarini kuchaytirish va raqobatbardoshlikni oshirish" vazifasi aniq belgilanadi, bu esa OTMlarni zamonaviy boshqaruv tamoyillarini joriy etishga va ta'lim sifatini oshirishga undaydi (O'zbekiston Respublikasi Prezidenti, PQ-2909-son, 2017).

Bu qaror doirasida, OTMlar uchun marketing strategiyalarini joriy etish, universitetlarning tashqi va ichki imidjini oshirish, va xalqaro miqyosda taninishga erishish ko'zda tutilgan. Qarorda shuningdek, universitetlar faoliyatini samaradorligini baholash tizimi yaratish, ta'lim muassasalarining xalqaro reytinglarda qatnashishini rag'batlantirish, va ilg'or pedagogik metodlarni joriy etishga alohida e'tibor qaratilgan (O'zbekiston Respublikasi Prezidenti, PQ-2909-son, 2017).

2019-yilda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5847-son farmonida ilm-fan, innovatsiya va ta'limni integratsiya qilish, ilmiy salohiyatli kadrlar tayyorlash orqali universitetlar nufuzini oshirish ko'zda tutilgan. Ushbu farmon, OTMlarning marketing salohiyatini oshirishni, ilmiy va innovatsion yutuqlarni targ'ib qilishni va OTMlar faoliyatini xalqaro miqyosda tanitishni maqsad qiladi (O'zbekiston Respublikasi Prezidenti, PF-5847-son, 2019). Bu hujjat, OTMlar uchun raqobatbardoshlikni oshirishning yana bir muhim yo'nalishi bo'lib, ilm-fan va ta'limni integratsiya qilish orqali universitetlarning global miqyosda tanilishiga imkon yaratadi. Shuningdek ushbu farmonda oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirishga oid konsepsiyada ta'lim muassasalarining xalqaro standartlar asosida raqobatbardosh brendga aylanishi, xorijiy universitetlar bilan hamkorlik qilish va raqamli texnologiyalardan foydalanish vazifalari ko'zda tutilgan.

2020-yilda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-6108-son farmonida, OTMlarning marketing strategiyalarini shakllantirishga katta turtki bo'lgan va uni zamonaviy kommunikatsiya yondashuvlari bilan birlashtirgan (O'zbekiston Respublikasi Prezidenti, PF-6108-son, 2020).

Ushbu qarorlar va farmonlar O'zbekiston oliy ta'lim tizimining global miqyosda raqobatbardoshligini oshirishga, universitetlarning marketing strategiyalarini samarali joriy etishga va ularni xalqaro reytinglar va hamkorliklar orqali tanitishga imkon yaratdi. Raqamli texnologiyalar, ilmiy yutuqlar va innovatsion metodlarni qo'llash orqali OTMlar o'z pozitsiyasini mustahkamlab, xalqaro miqyosda muvaffaqiyatli brendlar shakllantirish yo'lida muhim qadamlarga erishdi.

Munozara. O'zbekiston Respublikasi tomonidan qabul qilingan hujjatlar, OTMlarning marketing strategiyalarini rivojlantirishda muhim huquqiy asos yaratdi. Ayniqsa, 2020-yildan keyingi yondashuvlar, raqamli marketing, alumni tarmog'i, xalqaro hamkorlik va shaffof imidj yaratish kabi yangi yondashuvlar OTMlarning raqobatbardoshligini oshirishda sezilarli o'zgarishlarga olib keldi. Bu hujjatlar, shuningdek, bitiruvchilarni "brend elchilari" sifatida foydalanish orqali OTMlarning marketing imkoniyatlarini kengaytirishga xizmat qiladi.

Biroq, ushbu hujjatlarning samaradorligini baholashda, ularni amalga oshirishdagi muammolarni, shu jumladan, marketing bo'limlarining yetarli darajada resurslar bilan ta'minlanmasligi yoki zamonaviy marketing texnologiyalaridan to'liq foydalanilmasligini

e'tiborga olish zarur. Shu bilan birga, marketing strategiyalarining muvaffaqiyatli joriy etilishi OTMlarning xalqaro miqyosda raqobatbardoshligini oshirish va ta'lim xizmatlarining sifatini yaxshilashga yordam beradi.

Xulosa. O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan qarorlar va farmonlar, OTMlarning marketing strategiyalarini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Ayniqsa, 2020-yildan keyingi yondashuvlar, raqamli marketing, xalqaro hamkorlik va alumni tarmog'i yaratish kabi yangi imkoniyatlar yaratgan. Ushbu hujjatlar orqali OTMlar, nafaqat o'z brendini rivojlantirishi, balki bitiruvchilarning yutuqlarini ommalashtirish orqali ijtimoiy faollikni oshirishga ham erishmoqda. Biroq, samarali marketing strategiyalarini amalga oshirish uchun yetarli resurslar va innovatsion texnologiyalarni to'g'ri qo'llash zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar/Используемая литература/References:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 20-apreldagi PQ-2909-son qarori. "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi. Toshkent, 2017.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 8-oktabrdagi PF-5847-son farmoni. "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Toshkent, 2019.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 6-noyabrdagi PF-6108-son farmoni. "O'zbekistonning yangi taraqqiyot davrida ta'lim-tarbiya va ilm-fan sohalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi. Toshkent, 2020.
4. Jalilov, N. (2020). Oliy Ta'lim Tizimida Marketing Yondashuvlari. *O'zbekiston ta'lim tizimi jurnal*, 25(2), 101-110.
5. Shukurov, I. (2019). O'zbekiston Respublikasida Oliy Ta'limning Raqobatbardoshlikni Oshirish. *O'zbekiston ijtimoiy-iqtisodiy tadqiqotlar jurnali*, 4(1), 27-35.
6. Rahmonov, A. (2021). Oliy Ta'lim Muassasalarining Marketing Strategiyalarini Joriy Etish: Teoriylar va Amaliyot. *Marketing va Innovatsiyalar jurnali*, 5(3), 56-65.