

MAKTAB TA'LIMI TIZIMI BOSHQARUVIDA MARKETING XIZMATLARI FAOLIYATINING TAHLILI

Маманазарова Наргиза Комильджановна

Ориентал университети профессори в.б., п.ф.д. (DSc)

n.mamanazarova1980@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10409913>

Annotasiya: ushbu maqolada umumiy o'rta ta'lim maktablari bilan o'tkazilgan intervyu va so'rovnoma zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarda maktabni rivojlantirish bilan bog'liq bo'lgan boshqaruvdagi mavjud masalalar muhokama qilindi, maktab ta'limi tizimi boshqaruvida marketing xizmatlarini tashkil etish, rivojlantirish uchun ta'lim muassasa rahbarlarining bilim, ko'nikma va malakalari tahlil qilindi.

Kalit so'zlar: ta'limni boshqarish, umumiy o'rta ta'lim, menejer, marketing, reklama raqobatbardoshlik.

Bugungi kunda ta'lim muassasalarining samarali faoliyat yuritishi yaxshi tashkil etilgan marketing xizmatiga bog'liq. Marketing xizmatlarining samarali majmuini shakllantirish har qanday zamonaviy tashkilotning samarali faoliyat yuritishining eng muhim shartidir. Marketing xizmatlari ta'lim sohasida ishlaydigan muassasalarda eng dolzarb masala hisoblanadi, chunki u mehnat bozorida muayyan xizmatga qiziqishning shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi [6].

Ta'lim xizmatlari marketingining asosiy, muhim jihatlarini tahlil qilish natijasida, uning elementlari va yo'nalishlari o'rtasidagi aniqlangan munosabatlarni hisobga olgan holda, ta'lim xizmatlari marketingi haqidagi tushunchasini yaxlit qilib shakllantirish mumkin bo'ladi.

Umumiy o'rta ta'lim maktablarining marketing xizmati faoliyatini tahlil qilish maqsadida Toshkent shahri, Farg'ona va Toshkent viloyatlarining umumiy o'rta ta'lim maktablari rahbarlari, o'qituvchilari, maktab o'quvchilari va ularning ota-onalari bilan o'tkazilgan intervyu va so'rovnoma zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarda maktabni rivojlantirish bilan bog'liq bo'lgan boshqaruvdagi mavjud muammolarni aniqlash, so'rovnoma tahlili esa maktablarning faoliyati va ularning ishtirokchilarini baholash imkonini berdi.

So'rovnomaning birinchi qismi quyidagi savollarni o'z ichiga olgan: «Maktab ta'lim bozori talablariga mos ravishda o'zgarishga tayyormi?», «Ta'lim muassasangizning raqobatbardoshlik darajasi sizni qoniqtiradimi?», «Siz maktabingizni ta'lim xizmatlari bozoridagi raqobatbardoshlariningizni usturov taraflarini tahlil qilasizmi?», «Siz maktabingizning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan masalalar bo'yicha ota-onalar va o'quvchilarning fikr va istaklarini aniqlashga qaratilgan tadqiqotlar olib borasizmi?», «Maktabingizda tuman (shahar)ga mashhur bo'lgan o'qituvchilar yoki taniqli shaxslar bormi?», «Sizning hududingiz (qishloq, tuman, shahar)da nufuzli maktab qaysi?».

Umumta'lim maktab rahbarlarining 22% maktab faoliyatini tashqi muhit ta'sirida o'zgartirishlarini va 7% maktab faoliyati tashqi muhit bilan barqaror rivojlatirayotgani aniqlandi.

So'rovnoma ishtirokchilarining 62 foizi o'zlari boshqarayotgan umumta'lim maktablarni rivojlantirish va raqobatbardoshligini oshirishda manfaatdorligini, qolganlari esa erishilgan natijalar va hozirgi holati ularni qoniqtirishini bildirdilar. Bunda 21% maktab rahbarlari – ta'lim sifat samaradorligini oshirish, va maktab raqobatbardoshligini oshirish maqsadida

marketing tadqiqotlarini olib borishi, 17% maktab rahbarlari bir yilda bir marotaba raqobat tahlilini o'tkazishi, 62% maktab rahbarlari esa umuman ta'lim va mehnat bozorlarining talab va ehtiyojlarini aniqlash, raqobatchi ta'lim muassalarni ustuvor taraflarini tahlil qilish yuzasidan marketing tadqiqotlarini olib bormasliklari aniqlandi. Umumta'lim maktab rahbarlari tomonidan marketing tadqiqotlari va ta'lim bozorining tahlili o'tkazilmasligining sabablari sifatida mablag' (8%), vaqt (12%), bilim (24%), amaliy ko'nikmalar (28%), va pedagogik kadrlar (20%) yetishmasligi belgilandi.

O'tkazilgan so'rovnoma natijasida umumta'lim maktab rahbarlari tomonidan ta'lim muassasasining raqobatbardosh ustunliklarini aniqlash va ularni rivojlantirishga qaratilgan maqsadli ishlar olib borilmasligining asosiy sababi ularning bu yo'nalishda bilim va malakalari yetarli emasligi aniqlandi.

Aniqlangan muammo yechimi sifatida umumta'lim maktablarda ta'lim jarayonini tashkil etishda zamonaviy yondashuvlarni, mehnat bozorini talablari va o'quvchilarning qiziqish va ehtiyojlarini inobatga olish, maktab bitiruvchilarining oliy o'quv yurtlariga kirish imtihonlariga tayyorgarlik ko'rishlariga keng imkoniyatlar yaratish, maktab jozibadorligi va raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha umumta'lim maktablarida marketing xizmatlarini tashkil etish tartibi ishlab chiqilgan va umumta'lim maktab rahbarlari uchun taklif etilgan.

Zamonaviy maktabning ta'lim xizmatlari marketingini ishlab chiqishga tayyorligini o'rganish bilan bog'liq bo'lgan savollar quyidagilardan iborat: «Maktabingizda marketing faoliyatini samarali tashkil etish bo'yicha o'quv yoki maslahatlarga ehtiyojningiz bormi?», «Sizning muassasangiz maqsadlarini birgalikda amalga oshirishga tayyor bo'lgan xodimlar qanday qilib rag'batlantiriladi?», «Maktabingizni samarali boshqara oladigan rahbarlarga ehtiyoj bormi?».

So'rovnoma ishtirokchilarining aksariyati (62%) maktabda marketing faoliyatini tashkil etish bo'yicha seminar yoki maslahatlarga ehtiyojlari borligini, ta'lim muassasada boshqaruv ta'limiga ega bo'lgan malakali rahbar kadrlar mavjudligi, ammo shunga qaramay, barcha rahbarlar ham ta'lim bozori talablari va ta'lim xizmatlari iste'molchilarining ehtiyojlarini hisobga olmasliklarini, amaliy marketingning mazmun mohiyatini mustaqil ravishda to'liq tushunmasliklarini, natijada faqat qisman amalga oshirilishini, ta'lim muassasalarida marketing faoliyatini amalga oshirish dastlabki shakllanish bosqichida ekanligini, umuman olganda, muassasaning marketing faoliyatidan qoniqmasliklarini bildirdilar.

Umumiy o'rta ta'lim maktab rahbarlarining 92% ta'lim muassasada marketing xizmatlarini tashkil etish va jamoada bozor iqtisodiyoti sharoitiga mos ravishda bilim, malaka va ko'nikmalarni shakllantirish va rivojlantirish bo'yicha maqsadli ishlar olib borish zarurati mavjudligini ta'kidlashmoqda. So'rovnoma natijasida ta'limda marketing faoliyatini boshqarish borasida bilim, malaka, ko'nikma va kompetentligi yuqori darajada bo'lgan rahbar kadrlar mavjudligi aniqlandi. Misol uchun, maktab rahbarlari quyidagi yo'nalishlarda bilim, malaka, ko'nikmalarini oshirish istaklarini bildirdilar: «ta'lim xizmatlari bozorining segmentlarini aniqlash», «ta'lim xizmatlarini reklama qilish va ilgari surish», «ta'lim iste'molchilarini ta'lim xizmatlari to'g'risidagi ma'lumotlar bilan ta'minlash», «taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini yaxshilash», «har bir rahbar kadr tomonidan marketing xizmatlari haqida bilish, uning mazmun-mohiyatini tushunish va boshqaruv faoliyatida qo'llash», «maktabning istiqbol rejasini marketing tadqiqotlari asosida strategik rejalashtirish». Shuningdek, umumta'lim maktab rahbarlari «maktab boshqaruvini samarali

tashkil etish bo'icha tuman (shahar) xalq ta'limi bo'limlarida to'laqonli marketing xizmatini yaratish va ilmiy maslahatchi lavozimini kiritish» takliflarini berganlar.

Umumta'lim muassasalarining pedagogik xodimlarini rag'batlantirish tizimini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, maktablarda marketing xizmatlarini amalga oshiruvchi jamoalarda ularning mehnatini muntazam ravishda rag'batlantirish nazarda tutilmaydi. So'rovnoma ishtirokchilarining 94 foizi – moddiy rag'batlantirish muassasada ustunlik qilishini belgilagan bo'lsa, 2 foizi - ma'naviy rag'batlantirishni qayd etdilar. Qolgan 4 foizi - rag'batlantiruvchi tizimning yetishmasligini, uning xaotik va epizodik ekanligini ta'kidladi.

Maktab xodimlarning (58%) marketing xizmatlarini amalga oshirishga tayyorligi bo'yicha o'tkazilgan so'rovnoma natijasida ularda marketing tadqiqotlari asosida faoliyatlarini tashkil tajribasiga ega emasligini, ammo bunga o'rganishga so'rovnoma ishtirokchilarining aksariyati tayyor emasligi, va faqat 7% amalda shug'ullanishga tayyor ekanligi aniqlandi.

So'rovnoma natijalari ta'lim iste'molchilarning ehtiyojlarini o'rganish va muassasaning ushbu yo'nalishdagi imkoniyatlarini mujassamlashtirishga yetarlicha e'tibor berilmayotgani ta'lim sifati 47 foizga umumta'lim maktab rahbarlarining boshqaruv samaradorligiga va pedagogik jamoaning mavjud imkoniyatlariga, 37 foizga oiladagi muhitga, 9% foizga moddiy-texnik ta'minotga va 7% o'quvchilarning xohish-istaklari va qobiliyatlariga bog'liq ekanligini ko'rsatadi.

Umumta'lim maktablarida marketing xizmatlarini tashkil etilishi darajasi tahlil qilinganda, u tizimsiz va marketing tadqiqotlari rasmiyatchilik uchun amalga oshirilishi aniqlandi. «Ta'lim xizmatlari marketingini amalga oshirilish darajasini qanday nazorat qilasisiz?» degan savolga maktab rahbarlarning javoblari quyidagicha taqsimlandi: «nazorat qilmayman» - 4%; «maktab direktorining o'quv ishlari bo'yicha o'rinbosarlari tomonidan tayyorlangan hisobotlar asosida» - 25%; «ta'lim iste'molchilarining fikriga ko'ra» - 37%; «ta'lim sifatini monitoringini mustaqil tashkil etish asosida» - 8%. Umumta'lim maktab rahbarlarining aksariyati (37%) ta'lim xizmatlarining sifati va boshqaruvning rivojlanish samaradorligi monitoringini yiliga bir marotaba 5 foizi - har chorakda, 10 foizi - oyda bir marotaba tashkil etadi, qolganlari esa umuman statistik tahlil va monitoring o'tkazmaydi.

Tadqiqot natijasida so'rovnoma ishtirokchilari uchun marketing xizmatlarini tatbiq etish masalasi dolzarbligi hamda umumta'lim maktablari faoliyatiga marketing xizmatlarini tatbiq etish uchun salohiyati mavjudligi aniqlandi. Umumta'lim maktab rahbarlarining boshqaruv faoliyati samaradorligini ta'minlashning texnologik modelini takomillashtirishga oid tavsiyalar «Umumiy o'rta ta'lim muassasalarida marketing xizmatlarini tashkil etish» nomli metodik qo'llanma mazmuniga singidirilgan.

Keyingi bosqich so'rovnomalari quyidagi yo'nalishdagi savollarga javob topishga qaratilgan edi: «Umumta'lim maktablari samarali boshqarish ko'nikmasiga ega bo'lgan rahbar kadrlarga ehtiyoj mavjudmi?», «Umumta'lim maktab rahbarlari tomonidan boshqaruvni samarali tashkil etishdagi muammolar nimalardan iborat?», «Zamonaviy maktabning rahbarlari qanday shaxsiy va kasbiy fazilatlariga ega bo'lishlari kerak?», «Ta'limda marketing xizmatlari tashkil etish bo'yicha maktab rahbarlari boshqaruv kompetensiyasiga ega bo'lishlari lozimmi?».

Toshkent viloyatidagi so'rovnoma ishtirokchilari samarali boshqarishga qodir bo'lgan umumta'lim maktab rahbarlariga bo'lgan ehtiyoji juda katta ekanligini ta'kidladilar. So'rovnoma ishtirokchilari javoblari orasida «Bugungi kunda samarali marketing faoliyatini olib boradigan, jamiyat va hayotimizning ijtimoiy-iqtisodiy jabhalardagi o'zgarishlarga

(innovatsiyalarga) hamda mehnat bozorining talablariga tez moslasha oladigan, ularni faol ravishda o'zlashtira oladigan, sifatli ta'limni berishga qodir bo'lgan jamoani shakllantira oladigan ta'lim muassasalari rahbarlariga bo'lgan ehtiyoj juda katta», «Bizning rahbarlarimiz marketing faoliyatini samarali olib borishlari uchun doimiy ravishda o'qitilishlari va malakalari oshirilishi kerak!» degan javoblar salmog'i katta bo'ldi.

So'rovnoma ishtirokchilari ta'lim muassasalariga yordam sifatida uzluksiz kasbiy rivojlanish, seminar-treninglari, tajriba almashish, mutaxassislarning uslubiy yordami va maslahatlarida ko'rmoqdalar.

Umumta'lim maktab rahbarlarining marketing xizmatlarini samarali tashkil etish yo'nalishida bilim, ko'nikma va malakalarini oshirishga bo'lgan ehtiyojlari quyidagi savol-javob orqali tashxis qilindi: «Ta'limda marketing xizmatlarini tashkil etish bo'yicha mutaxassis yordami yoki maslahati kerakmi?». Rahbarlarning 83 foizi ijobiy, 4 foizi «yo'q» degan javobni berdilar, qolganlari javob berishga qiynaldi. Javob berishga qiynalgan so'rovnoma ishtirokchilari marketing faoliyatini tashkil etishga doir muammolar yechimini boshqa yo'llarini ko'rishmoqda. Shuningdek, ushbu maktab rahbarlarining ta'lim xizmatlari marketingini tashkil etish bo'yicha seminar-treninglarni tashkil etish imkoniyatlari va shakllari haqida hech qanday tasavvurga ega emasligini aniqladik.

Olingan natijalarni talabgorlik darajasiga ko'ra guruhladik:

- marketing xizmatlarini tashkil etishga oid eng dolzarb bilim va ko'nikmalar (ishtirokchilarning 60 foizdan ortiq);
- marketing xizmatlarini tashkil etishda qisman talab qilinadigan bilim va ko'nikmalar (ishtirokchilarning 27%);
- marketing xizmatlarini tashkil etishga oid kam miqdordagi ishtirokchilar tomonidan talab qilinadigan bilim va ko'nikmalar (11%);
- deyarli talab qilinmaydigan marketingga oid bilim va ko'nikmalar (2%).

Javoblarni tahlili umumta'lim maktab rahbarlarning marketing va boshqaruvga oid bilimlarini tizimlashtirishda muammolar mavjudligini ko'rsatdi hamda ta'lim xizmatlari marketingi tashkil etish bo'yicha ishchi-o'quv dasturlarini ishlab chiqish uchun asos bo'lib xizmat qildi. Uchinchi guruh savollari ta'lim muassasalari rahbarlarining ta'lim xizmatlari marketingini amalga oshirishga tayyor yoki tayyor emasligini aniqlash, ta'lim tashkilotlari rahbarlarining shaxsiy va kasbiy sifatlarini, ularga qo'yiladigan talablarni shakllantirish imkonini berdi.

Umumta'lim maktablari menejerlarini tayyorlash, uzluksiz kasbiy rivojlantirish va qayta tayyorlash tizimi umumta'lim muassasalarida marketing faoliyatini amalga oshirishga mosligi to'rtinchi guruh savollarida o'rganildi.

Jumladan, umumta'lim maktab rahbarlarining amaldagi boshqaruv faoliyati samaradorligi ta'lim iste'molchilari kutuvlariga muvofiqlik darajasi haqida so'ralganda quyidagi javoblar olindi: «Maktab rahbarlarining boshqaruvga tayyorgarlik darajasi ta'lim istemolchilarining kutuvlariga javob bermaydi» – 4,5%, «qisman javob beradi» – 67,7%, «javob beradi» – 27,8%. Olingan natijalar ta'lim muassasa rahbarlarining kasbiy tayyorgarlik va ta'lim xizmatlari marketingini tashkil etish bo'yicha salohiyatni rivojlantirish zaruratini ko'rsatmoqda.

Xalq ta'limi rahbar xodimlarining uzluksiz kasbiy rivojlantirish kurslari ishchi-o'quv dasturlarini o'rganish natijasida ta'lim menejmenti yo'nalishida o'qitishning dolzarbligi va

bo'lajak menejerlarning marketing faoliyatini tashkil etishga tayyorgarligini shakllantirish masalalarini tahlil qilish imkonini berdi. Xalq ta'limi tizimi rahbar va mutaxassis xodimlarini qayta tayyorlash hamda uzuluksiz kasbiy rivojlantirish kurslari mazmuni va sifatiga qo'yiladigan Davlat talablarida xalq ta'limi tizimi rahbar xodimlarining kasbi va lavozimi xususiyatlaridan kelib chiqib belgilangan kompetensiyalarni egallaganliklari talab qilinadi.

So'rovnoma ishtirokchilarning javoblarida umumta'lim maktablarida ta'limda marketing xizmatlarini tashkil etish bo'yicha yuzaga kelgan muammolarni hal qilish va umumta'lim maktab rahbarlarining bu sohadagi savodxonligini oshirishning usullaridan biri umumta'lim maktab rahbarlariga ta'lim muassasalarida marketing faoliyatini amalga oshirishga doir bilim, ko'nikma va malakalarini shakllantirish va rivojlantirishga, kasbiy tayyorgarlikni rivojlanish va zamonaviy bozor sharoitida rahbarlik qila oladigan mutaxassislarni tayyorlashga qaratilgan ta'lim tizimini yaratish bo'lishi mumkin.

Ta'lim muassasa boshqaruvchisi sifatida marketing xizmatlari yo'nalishida oladigan bilimlarining ahamiyati to'g'risidagi savollarga so'rovnoma ishtirokchilari quyidagi javoblarni tanladilar: «marketing xizmatlarini tashkil etish bo'yicha bilim olishim, muhim» – 67,4%; «marketing xizmatlarini tashkil etish bo'yicha bilim olishim, maqsadga muvofiq» – 17,5%; «marketing xizmatlarini tashkil etish bo'yicha bilim olishim, ahamiyatsiz» – 9,2%; «marketing xizmatlarini tashkil etish bo'yicha bilim olishim muhim emas» – 5,9%.

So'rovnoma ishtirokchilari maktabda marketing faoliyatini tashkil etish bo'yicha malaka oshirish jarayonida taqdim etiladigan ma'lumotlar hajmi yetarli emasligini, asosan nazariya bilan bog'liq ekanligini, uni o'zlashtirish qiyinligini, berilayotgan ma'lumotlar marketing faoliyatining asosiy masalalarini qamrab olmasligini, amaliyot bilan bog'liq ma'lumotlar juda kamligini va amaliy ko'nikmalar taqdim etilmayotganini ma'lum qildilar.

Shunday qilib, tadqiqot natijasida umumta'lim maktab rahbarlari uchun uzluksiz kasbiy kasbiy rivojlantirish tizimida olingan ta'limining muhimligini tasdiqlandi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, umumta'lim maktab rahbarlarining kasbiy tayyorgarligini takomillashtirish asosida boshqaruv faoliyatidagi eng muhim jihatlarni aniqlash va bashorat qilish, ularning o'quv dasturlari mazmunlariga o'zgartirishlar kiritish va ta'lim menejerlarining kasbiy rivojlanishining barcha bosqichlarida zarur ko'nikmalarning shakllanishi kuzatildi.

O'tkazilgan so'rovnoma natijasida umumta'lim maktablarida marketing xizmatlari tashkil etishda qo'yidagi muammolar aniqlandi: ta'lim xizmatlari bozorida raqobatbardosh ustunlikka erishishda maktablarning faoliyatini bashorat qilish tajribasi yo'qligi, ta'lim muassasani rivojlantirishda taqdim etiladigan ta'lim xizmatlarining rejasi yo'qligi, maktab rahbarlarining marketing xizmatlarini tashkil etish va boshqarish strategiyasini ishlab chiqish hamda amalga oshirishga tayyor emasligini, umumta'lim muassasalari nufuzini oshirish bo'yicha rahbarlarni malakasini oshirish tizimi nomuvofiqligi. Bundan kelib chiqqan holda, umumta'lim maktablarida marketing xizmatlarini amalga oshirish muammosining murakkabligini va yechim topish zaruratini ko'rsatdi.

References:

1. Беленов О.Н. «Система стратегического маркетинга на промышленном предприятии», дисс. ... д-ра э.н. – Воронеж.: 2000. – 403 с.
2. Беляевский И.К., Бесходарный А.А. Теория маркетингового исследования:

проблемы создания учебного курса // Проблемы статистического анализ рыночных процессов: Сб. науч. Трудов. - М., 2003.

3. Mamanazarova N.K. Xalq ta'limi muassasalari marketing xizmatlari faoliyati samaradorligini baholash // World scientific research journal. www.wsrjournal.com. Volume-12_Issue-2_February-2023. R. 122-127.

4. Потеева М.И. Основы маркетинга в сфере образования. - СПб., 2002 г.

5. Трубачева С.И. «Показатели оценки эффективности маркетинга», Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2009. № 14. С. 17-23.

6. Ermetova N.K. Maktab direktori – samarali menejer // Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – Sirdaryo. 2020. B. 51-53.

