

УМУМИЙ ЎРТА ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИ МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ

Маманазарова Наргиза Комильджановна

A. Авлоний номидаги миллий илмий-тадқиқот институти илмий котиби,
п.ф.ф.д. (PhD)

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, умумий ўрта таълим муассасалари фаолиятида маркетинг бошқарувининг асосий кўрсаткичларини аниқлаш ва баҳолаш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: умумий ўрта таълими, маркетинг, маркетинг фаолияти, таълим сифати, бошқарув, бошқарув самарадорлиги.

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF MARKETING ACTIVITIES OF GENERAL SECONDARY EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Mamanazarova Nargiza Komildzhanovna

Scientific Secretary of the National Research Institute named after A. Avloni,
Ph.D., Associate Professor

Abstract: this article discusses issues such as evaluating the effectiveness of marketing activities in the public education system, namely, the development of a marketing management concept, justification of the effectiveness of its application and implementation in practice. Proposals and recommendations were also developed to identify and evaluate the main indicators of marketing management in the activities of general secondary education institutions.

Keywords: general secondary education, marketing, marketing activities, quality of Education, Management, management efficiency.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Маманазарова Наргиза Комильджановна

Ученый секретарь Национального исследовательского института имени
А.Авлони, д.ф.п.н. (PhD), доцент

Аннотация: в данной статье рассматриваются такие вопросы, как оценка эффективности маркетинговой деятельности в системе народного образования, а именно разработка концепции управления маркетингом, обоснование эффективности ее применения и внедрение на практике. Также были разработаны предложения и рекомендации по выявлению и оценке основных показателей маркетингового управления в деятельности учреждений общего среднего образования.

Ключевые слова: общее среднее образование, маркетинг, маркетинговая деятельность, качество образования, менеджмент, эффективность управления.

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 боғлиқ. Ҳозирги даврда республикамиз иктисодиётининг мунтазам равишда барқарор суръатлар билан ривожланиб бориши хўжалиқ субъектларининг инновацион фаоллигини оширишга асосланган тизимли узвий тараққиёт босқичига ўтишни амалда талаб этмоқда. Бу жараён иктисодиётнинг 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»

каби муҳим вазифаларни амалга оширишга қаратилган. Мазкур вазифалар мактаб таълимида маркетинг хизматлари фаолиятини татбиқ этиш, умумий ўрта таълимда ташкилий-бошқарув механизмларни такомиллаштиришни тақозо этади.

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. Сўнги пайтларда давлат ҳамда хорижий тадқиқотчи-олимлар томонидан таълим тизими раҳбар кадрларининг бошқарув самарадорлигини ошириш ҳамда таълим муассасаларида маркетинг хизматларини жорий этиш механизмлари у ёки бу жиҳатдан изчиллик билан ишлаб чиқилмоқда.

Хусусан, Хориж олимларидан P.Drucker, M.Gordon, J.R.Evans, H.Fayol, R.Kaplan, Ph.Kotler, G.Lettau, R.Nelson, R.Thompson, W.Sarges, S.Winter каби олимлар маркетинг хизматларининг ташкилий-методологик ёндашувларини, назарий ва амалий жиҳатларини чуқур ўрганганиб, илмий-методологик асосларини ишлаб чиқишган. J.Burnett, E.DiHtl, J.Egan, B.Gardner, E.Grafton, M.Kinnel, Ch.Lovelock, J.Lambin, J.McDougal, E.D.McGarry, S.Moriarty, P.Morris, M.E.Porter каби олимларнинг илмий изланишларида маркетинг стратегияси ва хўжалик юритувчи субъектлар рақобатбардошлигини оширишнинг илмий-назарий ва услубий жиҳатлари ўз аксини топган.

Хориж олимларининг тадқиқотларида маркетинг стратегиясини ишлаб чиқаришда корхона ёки фирма миқёсида тадқиқ этиб, маркетинг хизматларини ўрта таълим мактабларида ташкил этиш масалалари етарли даражада ўрганилмаганлигини аниқланди.

Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги (МДХ) мамлакатларида маркетинг ҳамда таълимда маркетинг хизматларининг назарияси, методологияси, ўзига хос хусусиятлари, таълим хизматлари маркетингининг концепцияси, қонуниятлари борасида Р.М.Аминов, И.В.Андреева, Г.Л. Багиева, Г.Балыхин, С.А.Беляков, И.Н.Березина, Ю.П. Березуцкая, Л.И.Бойко, В.М.Демина, В.М.Заборова, И.В.Захарова, И.Н.Иванова, И.Ф.Исаев, Н.П.Капустин, А.В.Курбатова, Е.Е.Лагутина, В.С.Лазарев, Н.П.Литвинова, О.О.Мартыненко, А.А.Мешков, Б.В.Мусатов, А.М.Новикова, И.К.Романова, А.П.Панкрухин, Ф.К.Перегудова, О.В.Сагинова, В.А.Сластенин, Б.А.Соловьев, П.И.Третьяков, Е.Н.Шиянов, Л.Ю.Шемятихина каби олимлар тадқиқот олиб борганлар.

Ушбу олимларнинг тадқиқотлари асосан олий ва профессионал таълимни инobatга олиб, бюджетдан ташқари маблағ топишга қаратилган. Бироқ меҳнат бозори талабларидан келиб чиқиб, ўқувчи-ёшларнинг келажак режа ва танлаган касблари, маркетинг умумтаълим муассасани бошқаруви даражасидаги жараён эканлиги инobatга олинмаган.

Таълим тизими маркетингини бошқариш, уни такомиллаштириш масалалари билан юртимиз олимларидан 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. Бироқ 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].

Юртимиз олимлари асосан таълим менежменти юзасидан фикр-мулоҳалар юритиб, маркетингнинг назарий-методологик тарафларини ўрганганлар. Бироқ ўрта таълимда маркетинг хизматларини ташкил этиш ва унинг халқ таълими бошқарувида аҳамияти тадқиқ этилмаганлигини аниқладик.

Ҳамда мавжуд тадқиқотларда халқ таълими тизими раҳбарларининг бошқарув фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг энг муҳим мезонларини ва асосий сифат кўрсаткичларини белгилаш масаласи етарли даражада ўрганилмаганлигини, бу борада илмий тадқиқот ишларини янада кучайтириш зарурлигини кўрсатади.

Таълимда маркетинг хизматининг натижалари таҳлили асосида умумтаълим мактаб раҳбарларининг бошқарув фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг энг муҳим мезонларини ва асосий сифат кўрсаткичлари

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 умумий ўрта таълими муассаса 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).

Умумий шрта таълим муассаса маркетинг хизмати фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг асосий сифат кўрсаткичлари

Йўналишлар	Кўрсаткичлар
Таълим сифати	<ul style="list-style-type: none"> - Халқаро миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўриктанловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони; - республика миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўриктанловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони; - вилоят миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўриктанловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони; - туман (шаҳар) миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўриктанловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони;
Иқтисодий	<ul style="list-style-type: none"> - асосий воситаларнинг яроқлилиги; - воситаларнинг мавжудлиги; - ахборотлаштириш даражаси; - кутубхона фондларининг мавжудлиги; - спорт иншоотлари билан таъминланганлиги.
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 таклиф этилган кўрсаткичлар асосида таълим сифати ва муассаса рақобатбардошлиги барқарорлиги коэффициентидан фойдаландик:

$$K_b = N/N^*100\%_{um},$$

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 –коэффицентлар сони.

Таклиф этилган методологик ёндашув Тошкент шаҳри, Фарғона ва Тошкент вилоятларининг қатор умумий ўрта таълим мактаблари мисолида апробация қилинди ҳамда қуйидаги кўрсаткичларга эришилди (2-жадвал).

2-жадвал

Маркетинг фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг асосий сифат кўрсаткичларининг ўзгариш динамикаси

Мезонлар	Кўрсаткич	2020-й.л			2022-й.л		
		Тошкент вилояти	Фарғона вилояти	Тошкент шаҳри	Тошкент вилояти	Фарғона вилояти	Тошкент шаҳри
Таълимий	халқаро миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўрик-танловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони;	12	14	34	15	17	37
	республика миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўрик-танловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони;	1	3	3	1	5	5
	вилоят миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўрик-танловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони;	2	6	8	2	7	12
	туман (шаҳар) миқёсидаги фан олимпиадалари ва кўрик-танловларда ғолибликни қўлга киритган ўқувчиларни тайёрлаган педагог кадрлар сони;	4	8	18	5	7	21
	республика миқёсидаги рейтинг;	13	6	10	12	7	3
	таълим муассасанинг ижтимоий фаоллик даражаси, %;	17	44	52	17	44	52
	Иқтисодий	асосий воситаларнинг яроқлилиги, %;	17	22	23	17	22
	воситаларнинг мавжудлиги, %;	32	42	48	32	42	48
	ахборотлаштириш даражаси, %;	38	52	83	38	66	92
	кутубхона фондларининг мавжудлиги;	+	+	+	+	+	+
	спорт иншоотлари билан таъминланганлиги.	+	+	+	+	+	+
Кадрлар	Ўзбекистон Республикасининг давлат мукофотлари билан тақдирланган педагог кадрлар сони;	-	2	8	1	3	12
	«Устоз» миллий мукофоти ғолиблари;	-	2	1	-	2	1
	олий тоифали ўқитувчилар сони;	8	12	12	14	18	22
	биринчи тоифали ўқитувчилар сони;	18	14	22	20	18	28
	ходимларнинг барқарорлиги, %;	88	87	66	88	88	68
Битирувчилар	аъло баҳоли аттестатлар улуши, %;	8	14	12	10	18	17
	битирувчиларнинг ОТМга кирганлар салмоғи, %;	15	16	26	17	42	66
	минтақанинг сиёсий, иқтисодий, маданий элита вакили аъзоси;	-	+	+	-	+	+
	чет тиллари ва ахборот технологияларини билиш даражаси, %.	14	32	44	17	38	52

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.

Шундай қилиб, маркетинг фаолияти умумий ўрта таълим муассаса бошқарув фаолияти самарадорлигини оширишга ва рақобатбардош устунликларини шакллантиришга қаратилган бўлиб, таълим хизматлари истеъмолчилари ва умуман жамиятнинг манфаатларини мувозанатлаштириш ва уйғунлаштиришга имкон берувчи, истеъмолчилар эҳтиёжларига мос келадиган таълим

хизматларини ишлаб чиқиш ва тақдим этиш, шунингдек, уларнинг ижтимоий аҳамиятли таълим эҳтиёжларини ривожлантириш имконини берганлигини олиб борилган тадқиқот ишлари натижасида мактаб раҳбарларининг бошқарув фаолияти самарадорлиги 22%га ошганлиги билан асослаш мумкин.

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 умумий ўрта таълим муассаса маркетинг бошқарувини ривожлантириш ва такомиллаштириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган.

Маркетинг бошқаруви самарадорлигини баҳолашнинг асосий масалаларидан бири халқ таълими тизими ташкилий таркибидаги маркетинг фаолиятининг 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, таҳлиллар 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 умумий ўрта таълим муассасаларда ташкил этилган маркетинг хизмати самарадорлигини миқдорий жиҳатдан асослашга ҳамда маркетинг хизматининг фаоллиги даражасини аниқлаш орқали умумий ўрта таълим муассаса 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, оралик вариант бўлиши мумкин.

Умумий ўрта таълим муассаса 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 варақобатбардош 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 кўшимча 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. «Қатта 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.