

OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MARKETING VA MENEJMENT TIZIMINI SAMARALI TASHKIL ETISH

Yuldasheva Ra'no Valiyevna

Farg'ona jamoat salomatligi tibbiyot instituti,
Preventiv tibbiyot asoslari, jamoat salomatligi, jismoniy tarbiya va sport
kafedrası o'qituvchisi.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19666997>

Annotatsiya. Mazkur maqolada marketing va menejment tizimining zamonaviy iqtisodiy sharoitdagi o'rni hamda oliy ta'lim muassasalarida ushbu tizimlarni samarali tashkil etish masalalari tahlil qilinadi. Shuningdek, ta'lim xizmatlari bozorida marketing strategiyalaridan foydalanish, boshqaruv tizimini takomillashtirish hamda raqobatbardoshlikni oshirish yo'llari ko'rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari marketing va menejmentni uyg'unlashtirish ta'lim muassasalarining barqaror rivojlanishida muhim omil ekanligini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: marketing, menejment, ta'lim marketingi, strategik boshqaruv, ta'lim xizmatlari bozori, raqobatbardoshlik, innovatsion boshqaruv.

Bugungi kunda dunyo iqtisodiyotida raqobat kuchayib borayotgan bir sharoitda tashkilotlarning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi marketing va menejment tizimining samaradorligiga bevosita bog'liqdir. Ayniqsa xizmat ko'rsatish sohasida, jumladan ta'lim tizimida marketing yondashuvlarining joriy etilishi muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Oliy ta'lim muassasalari nafaqat bilim beruvchi tashkilot, balki ta'lim xizmatlari bozorida faoliyat yurituvchi muassasa sifatida ham qaralmoqda. Shu sababli ular zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanishi, talabalar ehtiyojlarini o'rganishi hamda raqobatbardosh ta'lim xizmatlarini taklif qilishi zarur.

Menejment esa tashkilot faoliyatini samarali tashkil etish, resurslardan oqilona foydalanish va strategik maqsadlarga erishishni ta'minlovchi muhim boshqaruv jarayonidir.

Marketing va menejment tizimining uyg'unlashuvi tashkilotning uzoq muddatli rivojlanishiga xizmat qiladi.

Marketing tushunchasi va uning ahamiyati

Marketing – bu iste'molchilarning ehtiyojlarini aniqlash, ularni qondirish hamda tashkilotning iqtisodiy samaradorligini ta'minlashga qaratilgan faoliyat tizimidir. Marketing nazariyasi ko'plab olimlar tomonidan o'rganilgan bo'lib, uning asosiy tamoyillari bozorni o'rganish, iste'molchi ehtiyojlarini aniqlash va mos mahsulot yoki xizmatlarni taklif qilishdan iborat.

Marketingning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- bozorni o'rganish va tahlil qilish
- iste'molchi ehtiyojlarini aniqlash
- marketing strategiyasini ishlab chiqish
- mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish
- mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalarni rivojlantirish

Zamonaviy marketing tizimi raqamli texnologiyalar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklama va elektron platformalar marketing faoliyatining muhim vositalariga aylangan.

Menejment tushunchasi va boshqaruv funksiyalari

Menejment – bu tashkilot faoliyatini samarali tashkil etish va boshqarish jarayonidir.

Menejmentning asosiy maqsadi tashkilot resurslaridan samarali foydalanish orqali belgilangan maqsadlarga erishishdir.

Menejment quyidagi asosiy funksiyalarni o'z ichiga oladi:

1. Rejalashtirish – tashkilotning strategik va operatsion maqsadlarini belgilash.
2. Tashkil etish – resurslarni taqsimlash va boshqaruv tuzilmasini shakllantirish.
3. Rag'batlantirish – xodimlarning samarali ishlashini ta'minlash.
4. Nazorat – amalga oshirilayotgan faoliyat natijalarini baholash.

Menejment tizimining samaradorligi tashkilotning raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o'ynaydi.

Marketing va menejmentning o'zaro bog'liqligi

Marketing va menejment o'zaro uzviy bog'liq bo'lgan tushunchalardir. Marketing tashkilotning bozor strategiyasini belgilasa, menejment ushbu strategiyani amalga oshirishni ta'minlaydi.

Marketing va menejmentning o'zaro bog'liqligi quyidagi jihatlarda namoyon bo'ladi:

- strategik rejalashtirish jarayonida
- bozor tahlili va prognoz qilishda
- tashkilotning rivojlanish strategiyasini ishlab chiqishda
- xizmat yoki mahsulot sifatini oshirishda

Shu sababli zamonaviy tashkilotlar marketing va menejmentni yagona boshqaruv tizimi sifatida ko'rib chiqmoqda.

Ta'lim tizimida marketing strategiyalarini qo'llash

So'nggi yillarda ta'lim tizimida marketing yondashuvlaridan foydalanish keng tarqalmoqda. Ta'lim marketingi talabalarning ehtiyojlarini o'rganish, ta'lim xizmatlari sifatini oshirish va ta'lim muassasasining imijini shakllantirishga qaratilgan.

Ta'lim marketingining asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat:

- ta'lim xizmatlari sifatini oshirish
- talabalar ehtiyojlarini o'rganish
- zamonaviy o'quv dasturlarini joriy etish
- ta'lim muassasasining brendini rivojlantirish
- xalqaro hamkorlikni kengaytirish

Bugungi kunda ko'plab universitetlar marketing tadqiqotlari orqali talabalar ehtiyojlarini o'rganib, o'z o'quv dasturlarini takomillashtirmoqda.

Raqamli marketingning ta'lim sohasidagi o'rni

Raqamli marketing zamonaviy marketing tizimining muhim qismi hisoblanadi. Internet va axborot texnologiyalarining rivojlanishi marketing faoliyatini yangi bosqichga olib chiqdi.

Ta'lim muassasalarida raqamli marketing quyidagi vositalar orqali amalga oshiriladi:

- rasmiy veb-saytlar
- ijtimoiy tarmoqlar
- onlayn reklama
- ta'lim platformalari

Raqamli marketing vositalari ta'lim muassasalariga keng auditoriyaga chiqish imkonini beradi hamda ularning brendini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Menejment tizimini takomillashtirish yo'llari

Ta'lim muassasalarida samarali boshqaruv tizimini yaratish muhim vazifalardan biridir.

Menejment tizimini takomillashtirish quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilishi mumkin:

- strategik boshqaruvni rivojlantirish
- innovatsion texnologiyalarni joriy etish
- inson resurslarini samarali boshqarish
- ta'lim sifatini monitoring qilish
- boshqaruv jarayonlarini raqamlashtirish

Zamonaviy menejment usullaridan foydalanish ta'lim muassasalarining samaradorligini oshiradi.

Tadqiqot natijalari va muhokama

Olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, marketing va menejment tizimini samarali tashkil etish ta'lim muassasalarining raqobatbardoshligini oshiradi. Marketing strategiyalarini qo'llash orqali ta'lim muassasalari talabalar ehtiyojlariga mos xizmatlarni taklif qilishi mumkin.

Bundan tashqari, menejment tizimining takomillashuvi tashkilot ichki jarayonlarini samarali boshqarish imkonini beradi. Bu esa ta'lim xizmatlari sifatining oshishiga olib keladi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, marketing va menejment zamonaviy ta'lim tizimining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Ushbu tizimlarni samarali tashkil etish ta'lim muassasalarining barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.

Kelgusida ta'lim muassasalarida marketing tadqiqotlarini kengaytirish, innovatsion boshqaruv usullarini joriy etish hamda raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish muhim vazifalardan biri bo'lib qoladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler F. Marketing asoslari.
2. Drucker P. Management: Tasks, Responsibilities, Practices.
3. Fayol H. General and Industrial Management.
4. O'zbekiston Respublikasi ta'lim tizimiga oid normativ hujjatlar.
5. Zamonaviy marketing va menejment bo'yicha ilmiy maqolalar.
6. Ismoilova, S., & Ismoilova, H. EFFICACY OF DRAMA IN LANGUAGE TEACHING.
7. Ismoilova, S., & Ismoilova, H. (2022). HUSHMUOMALALIK KATEGORIYASI VA HURMAT KONSEPTINING INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDAGI GENDER XUSUSIYATLARI. *Science and innovation*, 1(B6), 984-989.