

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАҲСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

Кўлёзма ҳукукида

УДК: 339.138:338.46:378

САЪДУЛЛАЕВА ГУЛНОЗА СОДИҚ ҚИЗИ
ОЛИЙ ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИ

08.00.11 – Маркетинг

08.00.05 – Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиёти

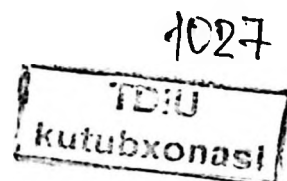
Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

илмий даражасини олиш учун ёзилган

ДИССЕРТАЦИЯ

Илмий раҳбар: DSc. доцент Зияева М.М

Тошкент – 2020



К

Мундарижа

	Кириш.....	3
I боб.	Олий таълим тизимини ривожлантиришда маркетинг стратегияларидан фойдаланишнинг назарий ва услубий асослари.....	13
1.1	Олий таълим тизими рақобатбардошлигини оширишда маркетинг стратегияларидан фойдаланишнинг назарий жиҳатлари.....	13
1.2	Маркетинг стратегиясини шакллантиришга услубий ёндашувлар ва унинг таълим хизматлари бозорининг ривожланиши билан боғлиқлиги.....	24
1.3	Таълим тизимини рақобатбардошлигини оширишда маркетинг стратегияларидан фойдаланишнинг амалий аҳамияти.....	43
	I боб бўйича хулоса.....	57
II боб.	Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини ривожлантиришда маркетинг стратегиялардан фойдаланишнинг ҳозирги ҳолати таҳлили.....	58
2.1	Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини модернизация қилиш ва унинг меҳнат бозоридаги рақобат муҳити билан боғлиқлиги.....	59
2.2	Олий таълим муассасаларининг рақамли иқтисодиёт шароитига мослашишида маркетинг стратегиясининг имкониятлари таҳлили.....	72
2.3	Олий таълим хизматлари бозоридаги рақобат муҳити шароитида ОТМларда маркетинг стратегияларидан фойдаланишга таъсир этувчи омиллар таҳлили.....	80
	II боб бўйича хулоса.....	90
III боб.	Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини ривожлантириш маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш йўналишлари.....	92
3.1	Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимининг ривожланиш истиқболлари ва маркетинг стратегияларидан фойдаланишнинг устувор йўналишлари.....	92
3.2	Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимида маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш ва уни шакллантириш йўналишлари.....	107
3.3	Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимида рақамли маркетинг технологияларидан фойдаланишнинг асосий йўналишлари.....	131
	III боб бўйича хулоса.....	144
	Хулоса.....	145
	Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	151
	Иловалар.....	161

КИРИШ

Диссертация мавзуининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳонда халқаро таълим бозорига интеграциялашув ва таълим сифатининг самарадорлигини ошириш, олий таълим муассасаларининг (ОТМ) рақобатбардошлигини таъминлашда ташқи ва ички омилларнинг ўрни ортиб бормоқда. «Жаҳонда олий таълим хизматлари бозори ҳажми 2008 йилда 100 млрд. АҚШ долларини ташкил этган бўлса, экспертларнинг ҳисоб-китобларига кўра 2030 йилга келиб бу кўрсаткич 600-800 млрд. АҚШ долларини ташкил қилади. Жаҳон олий таълим хизматлари бозорида етакчиликни эгаллаб турган мамлакатлар АҚШ, Буюк Британия, Австралия, Канада ва Япония барча хорижий талабаларнинг 5 дан 4 қисмини ташкил қилади. ЮНЕСКО маълумотларига кўра олий таълим хизматлари бозори салоҳияти 140 млн. талабани ташкил этади»¹. Таълим хизматлари бозорида маркетинг стратегиялари халқаро рақобатчиликни ташкил этиш воситаларидан биридир. Бу эса олий таълим муассасалари рақобатдошлигини ошириш, мавжуд рақобатчилик устунликларини кучайтириш ва янги имкониятлардан фойдаланишга қаратилган маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишни тақозо этади. Шу нуқтаи назардан ҳозирги даврда халқаро таълим муассасаларининг маркетинг стратегиясини ўрганиш ва уни миллий таълим бозорида фойдаланиш долзарб аҳамият касб этади.

Жаҳондаги кўпгина етакчи илмий марказлар ва олий таълим муассасаларида таълим бозорини ривожлантириш мақсадида янгича самарали таълим моделларини шакллантириш ва уларни амалга оширишнинг инновацион технологияларини яратишга оид илмий тадқиқотлар олиб борилмоқда. Мазкур тадқиқотлар доирасида Европа олий таълим сифатини таъминлаш ассоциациясида кадрлар компетенциясини ривожлантириш ва унга қўйилган талаблар, касбий ва бошқарув маҳоратларини баҳолаш мезонлари, таълим сифатининг комплекс мониторинги, кадрлар касбий стандартларини такомиллаштириш ишлари

¹ UNESCO-UIS/OECD/WEI, 2003 // [Electronic resource] / Access mode: <http://unstats.un.org>.