

ТАЪЛИМ МУАССАСАСИНИНГ ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШДА МАРКЕТИНГ ХИЗМАТИНИ БОШҚАРИШ ТАМОЙИЛЛАРИ

Рахматуллаев Самир Абдуллаевич

“Темурбеклар мактаби” ҳарбий-академик лицейи директори

АННОТАЦИЯ

Куйидаги мақола таълим муассасаларида маркетинг хизматини бошқариш тамойилларининг муҳим зояларини очиб беради ва назарий қоидаларини ишлаб чиқади, таълим муассасалари фаолиятида маркетинг хизматини бошқариш мазмунини белгилайди.

Калит сўзлар: *Таълим муассасалари, маркетинг, таълим тизими, таълим стратегиялари, узлуксиз таълим тизими.*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются важные идеи принципов управления сервисом маркетинга в образовательных учреждениях и разрабатываются теоретические положения, определяется содержание управления сервисом маркетинга в деятельности образовательных учреждений.

Ключевые слова: *Образовательные учреждения, маркетинг, система образования, стратегии образования, система непрерывного образования.*

ABSTRACT

The following article reveals the important ideas of the principles of marketing service management in educational institutions and develops theoretical rules as well as defines the content of marketing service management in the activity of educational institutions.

Key words: *Educational institutions, marketing, education system, education strategies, continuous education system.*

КИРИШ

Замонавий бозор шароитида республикамиз таълим тизими ўзининг барқарорлиги, мослашувчанлик, ижтимоий ўзгаришларга бардошлилигини намоён қилмоқда. Ўзбекистон ривожланаётган мамлакатлар сирасига киради. Ўзбекистонда таълим хизматлари бозори ва меҳнат бозорларининг ўзаро боғлиқлиги, таълим хизматлар бозорининг тузилмаси ва ривожланишининг асосий тенденциялари, меҳнат бозори ҳолати ва унинг сўнгги йиллардаги динамикаси, олий таълимга бўлган ёшларнинг эҳтиёжи масалалари бўйича ўтказилган социологик тадқиқотлар ҳамда статистик маълумотлар таҳлили ҳозирги вақтда ўзига хос хусусиятлари ва тенденциялари билан тавсифланади.

Ўзбекистон Республикасида амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларнинг мақсади ҳозирги даврда иқтисодиёт тармоқ ва соҳаларида фаолият олиб бораётган барча тур ва шаклдаги корхоналарнинг барқарор ривожланишига қаратилгандир. Шу жиҳатдан, иқтисодиёт тармоқларини модернизациялаш, диверсификациялаш, молиялаштириш, инвестициялаш, замонавий техника ва рақамли технологияларни жалб этиш баробарида улар фаолиятида маркетинг хизматлари фаолиятини такомиллаштириш ҳар қандай соҳа, шу жумладан таълим тизими олдида турган ҳамда ўз ечимини кутаётган долзарб вазифалардан бири ҳисобланади.

Асосий қисм: Мамлакатимизда таълим тизимини модернизациялаш, уни янги босқичга кўтариш асосида креатив фикрлайдиган рақобатбардош юқори малакали кадрларни тайёрлаш борасида кенг миқёсда олиб борилаётган ислохотлар ва меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар фикримизнинг далилидир.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида таъкидланганидек, “Кадрлар малакасини халқаро меҳнат бозори талабларига мослаштириш мақсадида миллий малака тизими ишлаб чиқилади. Ушбу тизим 9 мингга яқин касблар бўйича кадрлар тайёрлаш имконини беради. Олий маълумот оламан, ўз устимда ишлаб, илмли бўламан, деган, юрагида ўти бор, жўшқин ёшларимизнинг таҳсил олиши учун ҳамма қулайликларни яратишимиз шарт. Шунинг учун 2018-2019 ўқув йилида мамлакатимиз олий ўқув юртларига 96 минг 950 талаба қабул қилинган бўлса, 2019-2020 йилда 123 минг 170 нафар йигит-қиз ўқишга жалб этилган. Бу кўрсаткични 2022-2023 ўқув йилида 180 мингтага етказамиз” [1].

Таълим тизимини бюджетдан ташқари молиялаштиришнинг ташкилий ҳуқуқий асоси: “Таълим тўғрисида”ги қонуннинг 31-моддасида “Давлат таълим муассасаларини молиялаш Республика ва маҳаллий бюджетлар маблағлари, шунингдек бюджетдан ташқари маблағлар ҳисобидан амалга оширилади” [2] деб белгиланган.

Маркетингнинг умумтаълим муассасаларидаги аҳамияти Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси Халқ таълими тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида” 2019 йил 29 апрелдаги ПФ-5712-сон Фармонида белгиланган вазифалар ижросини таъминлаш ҳамда халқ таълими тизимида ислохотларни изчил давом эттириш, умумий ўрта таълим муассасаларида таълим сифатини ошириш бўйича “Тошкент тажрибаси”ни жорий этиш ва унинг ижобий натижаларини бошқа ҳудудларга татбиқ этиш тўғрисида ID-9469-сонли Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси қарорида ифодаланади [3].

Ўзбекистон Республикаси халқ таълими вазирлиги тизимидаги нашрларда бошқарувнинг замонавий усуллари жорий этиш, уларда самарали маркетинг фаолиятини йўлга қўйиш ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 5 сентябрдаги “Халқ таълими тизимида бошқарувнинг янги тамойилларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3931-сон қарорида белгилаб қўйилган [4].

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 27 апрелдаги “Халқ таълими тизимидаги ташкилотларнинг бюджетдан ташқари жамғармалари маблағларини шакллантириш ва улардан фойдаланиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида”ги 243-сон қарорида халқ таълими муассаса ва ташкилотларининг бюджетдан ташқари жамғармалари маблағларини шакллантириш ва улардан фойдаланиш тартиби, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 22 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси Халқ таълими вазирлиги тизимидаги умумий ўрта таълим муассасаларида пуллик таълим хизматларини кўрсатиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида”ги 343-сон қарори билан белгиланган Низомда Халқ таълими вазирлиги тизимидаги умумий ўрта таълим муассасаларида ўқувчилар учун ихтиёрийлик асосида ташкил этиладиган пуллик таълим хизматлари кўрсатиш тартиби белгилаб берилган [5].

Таълим муассасалари тақдим этаётган хизматларнинг сифати ва рақобатбардошлигини ошириш, узлуксиз таълим тизимини ривожлантириш, мамлакатимизнинг изчил ривожланиб бораётган иқтисодиётини юқори малакали кадрлар билан таъминлаш, барча ҳудудлар ва тармоқларни стратегик жиҳатдан комплекс ривожлантириш масалаларини ҳал қилиш бозор иқтисодиётида таълим тизими иштирокини кенгайтириш йўлидаги яна бир муҳим амалий қадамдир.

Маркетинг асосида таълим тизимини молиялаштиришнинг асосий мақсади:

- давлат бюджети, бюджетдан ташқари фондлар, халқаро донорлар, меценатлик фондлари ва бошқа манбалар ҳисобидан қўшимча молиявий маблағлар излаб топиш ва таълимни молиялаштиришнинг илғор хорижий тажрибалар асосида ривожлантириш кабилардан иборат;

- ушбу ўринда таълим муассасаларини молиявий мустаҳкамлашдаги мавжуд имкониятлардан тўлиқ фойдаланмаётганлигини эътиборга олиб, халқаро донорлар, меценатлик фондлари ва бюджетдан ташқари молиялаштириш тизимини ривожлантиришда маркетингнинг ахамиятини ошириш ва маркетинг тадқиқотларидан фойдаланишни йўлга қўйишни тақозо этади.

Ўзбекистонда таълим хизматлари ва турли жозибадор маҳсулотлар бозорининг пайдо бўлиши таълим хизматларини кўрсатувчи ва таълим маҳсулотларини ишлаб чиқарадиган субъектлар олдига тубдан янги вазифани қўйди [6]:

Таълимни бошқаришнинг янги илмий асосланган усули зарур. Бу маркетинг усули.

Таълимдаги маркетинг иқтисодиётда уч томонлама роль ўйнайди:

1) Таълимнинг иқтисодий тараққиётдаги алоҳида аҳамияти. Замонавий технологиялар жамиятнинг иқтисодий ривожланишининг юқори чегарасини белгилайди. Бироқ, уларнинг тақсимланиши тизимга ва аҳолининг таълим даражасига боғлиқ;

2) Таълимни бутун иқтисодиёт тармоғи сифатида ва ҳар бир таълим муассасаси сифатида алоҳида ривожлантириш. Таълим хизматлари ва маҳсулотлари қанчалик кенг, уларнинг сифати ва фойдаланиш имконияти қанчалик юқори бўлса, жамият турмуш даражаси шунчалик юқори бўлади. Бинобарин, таълим тизимининг ривожланиши бевосита фойдаланиладиган маркетинг воситаларига ҳам боғлиқ;

3) Таълим муассасалари, қоида тариқасида, бюджет ва таълим хизматлари учун тўловларни ундириш орқали олинган маблағлар ҳисобидан таъминланади. Ўтиш давридаги иқтисодиётда бюджетнинг чекланган имкониятлари пуллик таълим хизматлари маркетингининг ривожланишини белгилайди [7].

Таълим хизматлари ва маҳсулотлари истеъмолчиларининг эҳтиёжларига қайта йўналтириш кўпгина таълим муассасаларида амалга оширилаётган таркибий ёки технологик ўзгаришлардир. Бу таълим муассасаси ходимларининг фаолиятидаги психологик қайта шаклланишдир. Бундай ўзгаришлар, ҳатто таълим муассасалари янги ва муҳим стратегик мақсадларни эълон қилган тақдирда ҳам узоқ давом этади, чунки анъанавий усулларга қайтиш истаги катта.

Таълим хизматлари ва маҳсулотлари бозорида рақобат кучайиб бораётганини ҳисобга олиб, потенциал талабни баҳолаш учун бозорни ўрганишнинг маркетинг усулларига мурожаат қилиш керак. Маркетинг тадқиқотларининг мақсади истиқболли таълим эҳтиёжларини аниқлаш, уларни қондириш даражасини баҳолаш, фаразларни синаб кўриш ва истеъмолчиларнинг хатти – ҳаракатларини башорат қилишдир. Шу нуқтаи назардан маркетинг тадқиқотлари методологиясини таълим эҳтиёжларини таҳлил қилишда қўллаш мақсадга мувофиқдир. Шунинг учун ҳал қилиниши

керак бўлган иккинчи вазифа - маркетинг тадқиқотларини ўтказиш ва бозор истиқболларини ўрганишдир.

Маркетингни бошқариш таълим эҳтиёжларини таълим муассасаларининг имкониятларига мослаштириш жараёни сифатида ва маркетинг моделини шакллантириш сифатида кўриб чиқилади.

Таълим соҳасидаги маркетингнинг ўзига хослиги, биринчи навбатда, таълим тизимининг асосий маҳсулоти - таълим хизматларининг ўзига хослиги билан боғлиқ. Таълим хизматлари шахсий (якуний истеъмолчи), гуруҳ (корхона-иш берувчи) ва жамоат (давлат) эҳтиёжларини қондиради [8].

Шундан келиб чиқиб, россиялик маркетинг олим В.Б. Банслова ушбу учта жиҳатни ҳисобга олган ҳолда маркетинг нуқтаи назаридан таълим хизматининг таърифини таклиф қилади:

1) шахс (фуқаро) нуқтаи назаридан таълим хизмати бу истеъмолчига касб эгаллашида белгиланган шакл ва дастур бўйича, истеъмолчи билан яқин алоқада амалга ошириладиган ўзини ўзи ривожлантириш ва шахсий эҳтиёжларини қондириш учун зарур бўлган умумий таълим ва касбий характердаги билим, кўникма ва малакаларни шакллантириш жараёнидир.

2) муассаса нуқтаи назаридан таълим хизмати - бу доимий ўзгарувчан бозор шароитида ишлашни таъминлаш, рақобатбардошликни сақлаш ва ривожланиш учун зарур бўлган ўқув жараёнидир.

3) давлат таълим хизматининг позицияси жамиятнинг умумий шахсий ва интеллектуал салоҳиятини оммавий ишлаб чиқаришни таъминлайдиган жараёнидир [13].

Таълим хизматлари маркетинг дастурларини ишлаб чиқишга таъсир қилувчи бешта асосий хусусиятга эга:

- номоддийлик;
- ажралмаслик;
- сифатнинг ўзгарувчанлиги;
- мўртлик (тез бузилувчанлик);
- эгалик ҳуқуқининг йўқлигидир [9].

Хизматнинг номоддийлиги уни кўрсатиш, яъни сотиб олишдан олдин уни кўриш, татиб кўриш, тегиш, эшитиш ёки ҳидлаб бўлмаслигини билдиради. Хизматни сотиб олишдан олдин унинг аниқ хусусиятлари йўқлиги сабабли, сотиб олишнинг ноаниқлик даражаси ошади. Уни камайтириш учун харидорлар хизмат сифатининг “сигналлари”ни излайдилар. Таълим соҳасида булар: таълим стандартлари, ўқув режалари ва дастурлари, хизматлар кўрсатиш

усуллари, шакллари ва шартлари тўғрисидаги маълумотлар, таълим тўғрисидаги ҳужжатлар, сертификатлар, лицензиялар, дипломлар.

Хизматнинг ажралмаслиги, хизматни инсон ёки машина бажаришидан қатъи назар, уни манбадан ажратиб бўлмаслигини англатади. Синфда ўқувчилар бўлмаса, ўқитувчи хизмат кўрсата олмайди. Истеъмомчи хизмат ишлаб чиқаришда доимо иштирок этиши сабабли, етказиб берувчи (ўқитувчи) билан ўзаро муносабат хизмат кўрсатиш маркетингининг алоҳида жиҳати ҳисобланади. Ўқитувчининг ўқувчилар билан ўзаро тушуниш қобилияти уларнинг фаолиятига таъсир қилади. Хизматларнинг ажралмаслигининг иккинчи ўзига хос хусусияти - бошқа истеъмомчиларнинг мавжудлиги ва уларни кўрсатиш жараёнида иштирок этиши. Хизмат бир киши томонидан истеъмом қилинганда аудиторияда бошқа таълим олувчилар ҳам мавжуд бўлади. Уларнинг хулқ-атвори шахсларнинг хизматдан қониқиш даражасини белгилайди. Шу сабабли, хизмат кўрсатувчининг вазифаси таълим хизматларининг айрим истеъмомчилари бошқа истеъмомчилар томонидан сифатли таълим олишига тўсқинлик қилмаслигини таъминлашдан иборат.

Хизмат сифатининг ўзгарувчанлиги унинг сифати ким, қачон, қаерда ва қандай тақдим этилишига қараб жуда катта фарқ қилиши мумкинлигини англатади. Хизматлар, айниқса, таълим сифатини назорат қилиш жуда мураккаб. Бир ўқитувчи томонидан кўрсатиладиган хизмат унинг жисмоний ҳолати ва ўқувчилар билан мулоқот қилишдаги кайфиятига қараб сифат жиҳатидан фарқ қилади [10]. Таълим муассасаси маъмурияти ўқувчиларнинг ўқув жараёни сифатидан қониқиш даражасини мониторинг қилиш ва сўровномалар ўтказиш орқали доимий равишда назорат қилиб бориши керак бўлади.

Хизматнинг мўртлиги уни кейинчалик сотиш ёки фойдаланиш учун сақлаш мумкин эмаслигини англатади. Мўртлик, агар унга талаб етарлича барқарор бўлса, унчалик муаммо эмас. Бироқ, агар талаб турли хил тебранишларга дучор бўлса, таълим муассасаси муаммоларга дуч келади (масалан, ўқитувчилар сони муаммоси).

Ўқув маълумотлари тарқатма материаллар, китоблар, диск, флеш-электрон қурилмаларда тайёрланиши ва сақланиши таълим хизматларига хосдир. Аммо шуни таъкидлаш керакки, билим тезда эскиради [11].

Фақат таълим хизматларига хос бўлган хусусиятлар қуйидагилардир:

хизматлар кўрсатиш самарадорлигини аниқлашнинг бажарилиш муддатининг нисбийлиги;

хизматлар кўрсатишнинг мавсумийлиги ёки даврийлиги;

хизматларнинг уларни кўрсатиш жойига ва талабаларнинг яшаш жойига боғлиқлиги;

таълим хизматларига эҳтиёжнинг қондирилиши билан талаб ортиб боради.

Таълим тизимида рўй бераётган ўзгаришлардан бири таълим тизими субъектлари фаолиятида маркетинг менежментидан фойдаланишнинг оммалашувидир.

Аҳолининг ўзига хос манфаатлари ва эҳтиёжларини ҳисобга олиш таълим муассасасининг узоқ муддатли стратегиясини шакллантириш учун асосдир.

Тизимли ёндашув нуқтаи назаридан маркетинг менежменти концепциясининг асосий ғояси бозордаги ўзаро таъсирларнинг ташкилот ичидагиларга нисбатан устуворлигидадир: ҳар бир ўзгариш таълим муассасасининг режалаштирилган иш сифатини таълим бозори билан яқинлаштиришга қаратилган бўлиши керак.

Маркетинг менежменти бозор фалсафаси сифатида таълим муассасасининг қарорлар қабул қилиш ва ҳаракатларида “саноат ёки ишлаб чиқариш ва маиший йўналиш”дан маркетинг йўналишига ўтишда мужассамланган.

Маркетинг йўналишига ўтиш учун қуйидаги тадбирларни олдиндан кўриш ва амалга ошириш керак:

1) таълим муассасаси раҳбарлари ва профессор-ўқитувчиларининг “Таълим муассасасида маркетинг: назария ва амалиёт, таълим стратегияларини амалга ошириш тажрибаси” илмий-амалий конференциясида таълим муассасаси муаммоларини муҳокама қилиш.

2) таълим муассасасининг маркетинг фаолиятини ривожлантиришнинг ҳуқуқий ҳужжатлари ва иқтисодий механизмларини янгилаш (маркетинг ахборот тизимини жорий этиш, таълим хизматлари ва маҳсулотлари бозорини ривожлантириш ҳамда таълим муассасасини бозорда илгари суриш тизимларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш);

3) таълимни бошқариш субъектларининг мақсадларини маркетинг стратегиясига ва педагогик тизим субъектларига мувофиқ шакллантириш мақсадида маркетинг фаолиятини бошқаришнинг қўлланиладиган методологияси ва технологиялари тўғрисида таълим ҳамжамиятини хабардор қилиш;

4) таълим хизматлари ва маҳсулотлари бозорида таълим муассасасининг узоқ муддатли мақсадларини амалга оширишга ёрдам берадиган қулай ташқи муҳитни шакллантиришни таъминлайдиган таълим муассасасининг коммуникация сиёсатини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

5) таълим муассасаси ва унинг хизматлари бозорини ривожлантириш бўйича қарорлар қабул қилиш учун маркетингни асослаш алгоритмларини ишлаб чиқиш [12].

Шу билан бирга, таълим муассасасининг салоҳияти ва иш тизимининг аудити амалга оширилади. Маркетинг таҳлили эришилиши мумкин бўлган мақсадларни аниқлаш ва ривожланиш йўналишларини танлаш орқали бошқарув жараёнини, дастурий қарорларни олдиндан аниқлайди ва белгилайди. Маркетингни истеъмолчига (бозор, ташқи муҳит) йўналтириш бошқарувнинг барча даражаларини ички ва ташқи истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари ва манфаатларига, индивидуал таълим мақсадларига максимал даражада мослашишини таъминлайди.

Ривожланган давлатларда таълим муассасалари маркетинг хизматининг механизмлари:

- Таълим муассасаларини майдонлари ва жиҳозларидан конференциялар ва бошқа оммавий тадбирлар ўтказишда фойдаланиш;

- Таълим муассасалари кўрсатадиган хизматлар ёки уларга тегишли ердан фойдаланувчи фирмаларни тузиш;

- Таълим муассасаси мутахассисларининг корхоналарга бориб, келишувлар асосида маданий тадбирлар уюштириш ва маслаҳатлар бериши, маърузалар ўқиши;

- Аҳолига қўшимча таълим хизмати кўрсатиш;

- Буюртма асосида ўрта таълим муассасалари иштирокида маҳаллий байрам тадбирларини бажариш ва бошқа шу каби шаклларда бюджетдан ташқари молиялаштириш тадбирларини олиб боришдан иборат.

- АҚШ таълим муассасаларини бюджетдан ташқари маблағ жалб қилиш билан шуғулланадиган махсус бўлимлар мавжуд бўлиб, улар ўқувчиларнинг шартнома тўлов маблағларидан ташқари хар ҳил жамғармалардан ва турли тадбирларни ташкил қилиш орқали ҳомийларни жалб қилиш, корхоналар билан маданий алоқаларни ўрнатиш, юқори синф ўқувчилари иштирокида тўғарақларда маданий пуллик тадбирларни ташкил қилиш, таълим муассасалари тимсоли (бренди) туширилган дафтар, ручка, кийим, галстук, соябон, сумка ва бошқа буюмларни ўзларида ишлаб чиқариш ва сотиш билан таълим муассасалари эҳтиёжи учун қўшимча маблағ топишади.

ХУЛОСА

Ҳозирги вақтда таълим соҳасига маркетинг ёндашувини жорий этиш зарурати туғилди. Ҳозирги шароитда маркетинг воситаларидан фойдаланадиган, талаб ва таклифни ўрганадиган, таълим хизматлари ва маҳсулотларининг

“маҳсулот портфели”ни мувозанатли шакллантирадиган, тўлов қобилиятига эга талаб ва сифатга мос нархларни таклиф қилиб, алоқа сиёсатини амалга оширадиган таълим муассасалари рақобатда ғалаба қозониб, бозорда ўзларининг муносиб ўринларини эгаллашлари мумкин. Биз маркетингни ташкилотнинг ташқи дунёга қараши сифатида қараймиз, бу унинг ўзгарувчан ташқи муҳитда ҳаракатланиши, узоқ муддатли стратегиясини шакллантириши ва ташқи муҳит динамикасига мос равишда унинг мумкин бўлган тузатишлари учун зарурдир. Ва содда қилиб айтганда, бу бозор конъюнктурасидан келиб чиққан ҳолда ташкилотни бошқаришдир. Таълим муассасасида маркетинг ёндашуви - бу талабни ўрганиш ва аҳолига болалар ва уларнинг ота-оналари ва таълим муассасаси ходимларининг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган юқори сифатли таълим хизматларини кўрсатишга қаратилган маркетинг фаолияти билан шуғулланиш усуллари тўпламидир. Таълим муассасаларида маркетинг тадқиқотларини ўтказиш бюджетдан ташқари молиялаштиришнинг кўп каналли тизими ва йўналишларини аниқлаш имконини беради. Бундан ташқари, кадрларга бўлган талаб маркетинг тадқиқотлари асосида ўрганилиб, жамият талабига мувофиқ кадрлар тайёрланади ва ортиқча кадрлар тайёрлашга барҳам берилади. Ўз – ўзидан равшанки, бугунги жадал ислохотлар натижасида таълим ривожланишининг ҳар қандай кўринишида таълим олувчиларни жалб қилиш учун таълим муассасалари ўртасидаги кураш кучайиб боради.

Фойдаланилган адабиётлар (REFERENCES)

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. – Тошкент, “Халқ сўзи” газетаси, 2020 йил 25 январь. Манба: [www. press-servise.uz](http://www.press-servise.uz)
2. Таълим тўғрисидаги қонун. Ўзбекистон Республикасининг 2021 йил 21 апрелдаги ЎРҚ-683-сонли қонуни таҳририда - Қонунчилик маълумотлари миллий базаси. 21.04.2021 йил, (03/21/683/0375-сон)
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармони. – Тошкент, 2017 йил 7 февраль. Манба: [http: press-servis.uz](http://press-servis.uz).
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси Халқ таълими тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида” 2019 йил 29 апрелдаги ПФ-5712-сон Фармони. – Тошкент, 2019 йил 29 апрель. Манба: <https://lex.uz>.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 5 сентябрдаги “Халқ таълими тизимига бошқарувнинг янги тамойилларини жорий этиш чора-

- тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3931-сон қарори. – Тошкент. – 2018 йил 5 сентябрь. Манба: <https://lex.uz>.
6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2021 йил 27 апрелдаги “Халқ таълими тизимидаги ташкилотларнинг бюджетдан ташқари жамғармалари маблағларини шакллантириш ва улардан фойдаланиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида”ги 243-сон қарори. – Тошкент. – 2021 йил 27 апрель. Манба: <https://lex.uz>.
7. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг “ОТМларида маркетинг хизмати фаолиятини такомиллаштириш, битирувчиларни ишга тақсимлаш жараёни назоратини кучайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 48- сонли буйруғи (1,2-иловалар). – Тошкент. – 2007 йил 10 март. Манба: www.lex.uz.
8. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 22 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси Халқ таълими вазирлиги тизимидаги умумий ўрта таълим муассасаларида пуллик таълим хизматларини кўрсатиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида” ги 343-сон қарори– Тошкент. – 2019 йил 22 апрель. Манба: <https://lex.uz>.
9. Алмакучуков К.М. Технологии управления маркетингом в вузе // Высшее образование Кыргызской Республики. – 2008. – 2/12. – с.44-50.
10. Ахунова Г. Ўзбекистонда таълим хизматлари маркетинги муаммолари: Монография. – Тошкент. – 2005. – 244 б.
11. Назарова Д. Таълим хизматлари маркетингида ахборотни бошқариш // Жамият ва бошқарув. – 2010. – 3. – 65-67-б.
12. Набиев Д. Совершенствование управления маркетингом образовательных услуг в условиях модернизации экономики. Автореф. ... докт. эконом. наук. – Ташкент, 2009. – 48 с.
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “ОТМларининг моддий-техника базасини мустаҳкамлаш ва юқори малакали мутахассислар тайёрлаш сифатини “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2019 yil 6/2019 (№ 00044) <http://iqtisodiyot.tsue.uz> 143 тубдан яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 1533-сонли Қарори. – Тошкент. – 2011 йил 20 май. Манба: <http://press-servis.uz>.