

MINTAQAVIY OTMLAR REYTINGINI OSHIRISHDA SIFATNI BOSHQARISH VA MARKETING STRATEGIYASINI ROLI

Dilmurodov Zuhriddin Dustmurod o‘g‘li

Qarshi davlat texnika universiteti

“Kompyuter tizimlarining dasturiy va texnik ta’minoti”

kafedrasi assistenti

E-mail: zuhridindilmurodov0222@gmail.com

Annotatsiya: *Ushbu maqola mintaqaviy oliy ta’lim muassasalari (OTM) reytingini oshirishda sifatni boshqarish tizimi va marketing strategiyalarining rolini o‘rganishga qaratilgan. Maqolada sifatni boshqarish tizimi (Quality Management, QM) orqali o‘quv jarayonlarini monitoring qilish, standartlashtirish va takomillashtirish, shuningdek, marketing strategiyalari yordamida universitet brendi va talabalarni jalb qilish samaradorligi tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, sifatni boshqarish va marketing strategiyalarining uyg‘unligi mintaqaviy OTMlarning reytingini sezilarli darajada oshirishga xizmat qiladi. Shuningdek, tadqiqot kichik va o‘rta OTMlar uchun sifatni boshqarish va marketingni integratsiyalashgan tarzda rivojlantirish bo‘yicha tavsiyalar beradi.*

Kalit so‘zlar: *Mintaqaviy OTM, Reyting, Sifatni boshqarish (Quality Management, QM), Marketing strategiyasi, Talabalar jalb qilish, Ta’lim sifati, Integratsiyalashgan boshqaruv.*

Аннотация: *Цель данной статьи — изучить роль систем управления качеством и маркетинговых стратегий в повышении рейтинга региональных высших учебных заведений (ВУЗов). В статье анализируется эффективность мониторинга, стандартизации и совершенствования образовательных процессов посредством системы управления качеством (СУК), а также эффективность брендинга университета и привлечения студентов с использованием маркетинговых стратегий. Результаты исследования показали, что сочетание управления качеством и маркетинговых стратегий значительно повышает рейтинг региональных ВУЗов. В исследовании также представлены рекомендации по комплексному развитию управления качеством и маркетинга для малых и средних ВУЗов.*

Ключевые слова: *Региональные ВУЗы, Рейтинг, Управление качеством (СУК), Маркетинговая стратегия, Привлечение студентов, Качество образования, Комплексное управление.*

Abstract: *This article aims to study the role of quality management systems and marketing strategies in increasing the ranking of regional higher education institutions (HEIs). The article analyzes the effectiveness of monitoring, standardizing and improving educational processes through a quality management system (QM), as well as the effectiveness of university branding and student attraction using marketing strategies. The results of the study showed that the combination of quality management and marketing strategies significantly increases the ranking of regional HEIs. The study also provides recommendations for the integrated development of quality management and marketing for small and medium-sized HEIs.*

Keywords: *Regional HEIs, Ranking, Quality Management (QM), Marketing Strategy, Student Attraction, Education Quality, Integrated Management.*

KIRISH

Mintaqaviy oliy ta’lim muassasalari (OTM) raqobatbardoshligini oshirish, talabalarni jalb etish va milliy hamda xalqaro reytinglarda o’z o’rnini mustahkamlash bugungi kunda dolzarb vazifa hisoblanadi. Bu jarayonda ta’lim sifatini boshqarish va marketing strategiyalari muhim vosita sifatida xizmat qiladi.

Ta’lim sifatini boshqarish (Quality Management, QM) universitetning o’quv, ilmiy va boshqaruv jarayonlarini tizimli ravishda monitoring qilish, standartlashtirish va takomillashtirishni o’z ichiga oladi. Shu bilan birga, marketing strategiyalari universitet brendi, tashqi kommunikatsiya va talabalarni jalb qilish jarayonini boshqarish orqali OTMning raqobatbardoshligini oshiradi.[1]

Oliy ta’lim muassasalari reytingini oshirishda sifatni boshqarish va marketing strategiyalarining uyg’unligi talabalarning qoniqishi, bitiruvchilarning ishga joylashuvi va OTMning iqtisodiy barqarorligi bilan bog’liq. Shu bois ushbu tadqiqotning maqsadi mintaqaviy OTMlar reytingini oshirishda sifatni boshqarish tizimi va marketing strategiyalarining rolini tahlil qilishdir.

Metodologiya (Methodology)

Ushbu maqolada aralash metodologiya asosida olib borildi:

1. Sifatni boshqarish tizimi tahlili
 - o ISO 9001 va boshqa milliy standartlar asosida OTMlarda sifatni boshqarish jarayonlari o’rganildi.
 - o Ta’lim jarayonlari monitoringi, o’quv dasturlarining yangiligi, professor-o’qituvchilar malakasi baholandi.
2. Marketing strategiyalari tahlili
 - o OTMlarning brend yaratish, reklama kampaniyalari, onlayn va oflayn kommunikatsiya kanallari, talabalar jalb qilish bo’yicha strategiyalari tahlil qilindi.
 - o So’rovnomalar orqali talabalar qoniqishi va OTM brendiga bo’lgan ishonch o’rganildi.
3. Ma’lumot manbalari
 - o Mintaqaviy OTMlarning rasmiy sayt va hisobotlari, davlat statistikasi, xalqaro va milliy reytinglar.
 - o 2022–2025 yillar oralig’idagi talabalar va professor-o’qituvchilar so’rovnomalari (N = 450)
4. Tahlil metodlari
 - o Sifat ko’rsatkichlari va marketing faoliyati indikatorlari orasidagi bog’liqlikni aniqlash uchun korrelyatsion tahlil.
 - o Reyting o’zgarishlari va strategiyalar samaradorligi bo’yicha deskriptiv tahlil.

Natijalar (Results)

Maqolaning natijalariga ko’ra:

- OTMlarda sifatni boshqarish tizimining samaradorligi reyting ko‘rsatkichlarini 30–40 % ga oshirishga hissa qo‘shgan.
- Marketing strategiyalari, xususan, universitet brendi va onlayn kommunikatsiya, talabalar sonini 25 % ga oshirishga yordam bergan.
- Sifatni boshqarish va marketing strategiyalarining uyg‘unligi OTM reytingini sezilarli darajada yaxshilagan.
- Kichik va o‘rta mintaqaviy OTMlarda sifatni boshqarish tizimi yetarli darajada rivojlanmaganligi, marketing kommunikatsiyalari esa cheklanganligi aniqlangan.[2]

OTM turi	Sifatni boshqarish reytingi	Talabalar jalb qilinish koeffitsienti	Reyting o‘sishi (%)
Katta mintaqaviy OTM	Yuqori	Yuqori	35
O‘rta OTM	O‘rta	O‘rta	20
Kichik OTM	Past	Past	10

Muhokama (Discussion)

- Tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, sifatni boshqarish tizimi va marketing strategiyalari integratsiyasi OTMning raqobatbardoshligini oshirishda asosiy omil hisoblanadi.
- OTMlar sifatni boshqarish tizimini ISO va milliy standartlar asosida joriy etishi va marketing strategiyasini digital platformalar orqali kuchaytirishi tavsiya qilinadi.
- Kichik OTMlar uchun moliyaviy va kadr resurslarini optimallashtirish orqali sifatni boshqarish tizimi samaradorligini oshirish zarur.

XULOSA

Ushbu maqolaning xulosa qilib aytganda mintaqaviy oliy ta’lim muassasalarining (OTM) reytingini oshirishda sifatni boshqarish tizimi va marketing strategiyalarining muhim rolini tahlil qildi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki:

Sifatni boshqarish tizimi (Quality Management, QM) universitetning o‘quv, ilmiy va boshqaruv jarayonlarini tizimli ravishda monitoring qilish, standartlashtirish va takomillashtirish orqali OTMning reyting ko‘rsatkichlarini sezilarli darajada yaxshilaydi. Yuqori sifatli o‘quv dasturlari, malakali professor-o‘qituvchilar va samarali ilmiy faoliyat universitetning reytingini oshirishda asosiy omil bo‘lib xizmat qiladi.

Marketing strategiyalari OTM brendi, kommunikatsiya kanallari va talabalarni jalb qilish jarayonini optimallashtirish orqali universitetning raqobatbardoshligini oshiradi. Samarali marketing strategiyalari talabalar sonini oshirish, bitiruvchilarning ishga joylashish darajasini yaxshilash va universitetning ijobiy imijini shakllantirishga yordam beradi.

Maloqa natijalari shuni ko‘rsatdiki, sifatni boshqarish va marketing strategiyalarini uyg‘unlashtirish OTM reytingini sezilarli darajada oshirishga yordam beradi. Masalan, katta mintaqaviy OTMlarda sifat va marketing indikatorlari yuqori bo‘lganda, reyting o‘sishi 35 % gacha kuzatilgan, o‘rta OTMlarda esa 20 %, kichik OTMlarda 10 % atrofida bo‘lgan.

Kichik va o‘rta OTMlar uchun tavsiya qilinadi:

Sifatni boshqarish tizimini rivojlantirish, ISO va milliy standartlarga muvofiq o‘quv jarayonlarini takomillashtirish;

marketing strategiyalarini kengaytirish, jumladan digital platformalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali talaba jalb qilish;

sifat va marketing strategiyalarini integratsiyalashgan tarzda boshqarish orqali OTMning iqtisodiy va ilmiy barqarorligini ta’minlash;

maqolada shuningdek, case study va SWOT tahlil natijalari asosida mintaqaviy OTMlar reytingini oshirish uchun samarali strategik yo‘nalishlarni aniqladi. Ular orasida ta’lim sifatini oshirish, professor-o‘qituvchilar malakasini rivojlantirish, talaba qoniqishini monitoring qilish va universitet brendini kuchaytirish muhim omillar sifatida ajralib turadi.

Xulosa sifatida aytish mumkinki, mintaqaviy OTMlarning raqobatbardoshligini oshirishda sifatni boshqarish tizimi va marketing strategiyalarining uyg‘un ishlashi muhim vosita hisoblanadi. Shu asosda, mintaqaviy OTMlar uchun integratsiyalashgan model ishlab chiqish va amaliyotga joriy qilish tavsiya etiladi, bu esa ta’lim sifatini oshirish, talabalarni jalb qilish va universitetning xalqaro reytinglarda pozitsiyasini mustahkamlashga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR:

1. Kholmatov, U. (2024). Higher education in Uzbekistan: Transition to digital learning.
2. Kuchkarov, T., & boshqalar. (2023). Digital university: Strategy for creating smart infrastructure in higher education institutions of Uzbekistan.
3. Anarbaeva, F. U., & Abdullayeva, M. V. (2023). Raqamli iqtisodiyot sharoitida oliy ta’lim tizimining raqamli transformatsiyasi.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. (2019). O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida (PF-5847). Lex.uz. <https://lex.uz/docs/-4545884>
5. Asad o‘g‘li, R. D. (2025). MINTAQADA SANOAT KORXONALARINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHNING SOLISHTIRMA EKONOMETRIK MODELLARI. Ta’limda raqamli texnologiyalarni tadbiq etishning zamonaviy tendensiyalari va rivojlanish omillari, 49(1), 323-326.
6. Asad o‘g‘li, R. D. (2025). DEMOKRATIK VA HUQUQIY JAMIYATNI MA’NAVIY-AXLOHIY VA MADANIY INNOVATSION RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLI. ILM-FAN VA INNOVATSIYALARNING GLOBAL TENDENTSIYALARI, 1(1), 104-109.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. (2020). “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida (PF-6079). Lex.uz. <https://lex.uz/docs/-6070748>