

ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

**ПЕДАГОГИК ИННОВАЦИЯЛАР, КАСБ-ҲУНАР ТАЪЛИМИ
БОШҚАРУВ ҲАМДА ПЕДАГОГ КАДРЛАРНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ
ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШ ИНСТИТУТИ**

РАХМАТУЛЛАЕВА ДУРДОНА РАВШАНОВНА

ТАЪЛИМ МЕНЕЖМЕНТИ ВА МАРКЕТИНГИ

Ўқув қўлланма

ТОШКЕНТ 2020 й.

Д.Р.Рахматуллаева Таълим менежменти ва маркетинги. Ўқув қўлланма.
-Т.: 2020. 99-бет.

АННОТАЦИЯ

Мазкур ўқув қўлланма Педагогик инновациялар, касб-ҳунар таълими бошқарув ҳамда педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш институтининг 2019 йил 7 февралда тасдиқланган ўқув режасидаги “Таълим менежменти ва маркетинг” модули дастури асосида ишлаб чиқилган бўлиб, белгиланган мавзулар тингловчиларнинг менежмент ва маркетинг ҳамда меҳнат бозори тушунчалари билан боғлиқ бўлган жараёнларга илмий ёндашиш ва уларнинг илмий асослари ҳақида билим ва амалий кўникмалар билан қуроллантиришга мўлжалланган.

Мазкур “Таълим менежменти ва маркетинги” ўқув қўлланмасида таълим менежмент фани вазифалари ва унинг ўзига хос хусусиятлари, стратегик бошқарув ва режалаштириш, раҳбарларнинг бошқарув фаолияти самарадорлиги, касб-ҳунар таълими тизимида маркетинг хизмати кўрсатишни ташкил этиш ҳамда меҳнат бозори эҳтиёжини ўрганиш услублари, меҳнат бозорида тадқиқотлар каби мавзулар асосида кадрларни тайёрлашга оид билим, кўникма ва малакаларни ривожлантиришга хизмат қилади.

Такризчилар

И.Очилов – ПИКҲТБПКҚТ ва УМО институти доценти, иқтисод фанлари номзоди;

И.Асқаров – Жиззах политехника институти доценти (в.б.), педагогика фанлари бўйича Фалсафа доктори, PhD.

Мазкур ўқув қўлланма Педагогик инновациялар, касб-ҳунар таълими бошқарув ҳамда педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш институтининг Илмий-педагогик Кенгаши томонидан 2019 йил 31 майдаги 5-сонли баённомасига асосан нашрга тавсия этилган.

КИРИШ

Бугунги кунда таълим тизимини самарали бошқариш ва таълим сифатини ошириш, маркетинг тадқиқотларини ўтказиш ва меҳнат бозори эҳтиёжлари асосида касбларга ўргатиш долзарб вазифалардан ҳисобланади. Бу эса, малака оширишга келган раҳбар ходимлар таълим тизимини самарали бошқариш ва маркетингни ўрганиш ҳамда меҳнат бозори эҳтиёжлари асосида қабул квотасини шакллантириш каби чуқурроқ назарий билим ва амалий кўникмаларга эга бўлишлари бозор иқтисодиёти шароитида жуда муҳим ҳисобланади. Бозор муносабатлари шароитида ҳар қандай фаолият менежмент ва маркетинг билан бевосита боғлиқ бўлиб, айниқса, касб-ҳунар таълими тизимида ишлайдиган раҳбар ходимларга катта масулият юклайди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017-йил 7-февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси тўғрисида”ги ПФ4947 – сонли Фармонида ҳам ўрта махсус ва олий таълим муассасалари битирувчилари бандлигини таъминлаш, меҳнат бозори мутаносиблигини ва инфратузилмаси ривожланишини таъминлаш, ишсизлик даражасини камайтириш, меҳнатга лаёқатли аҳолининг меҳнат ва тадбиркорлик фаоллигини тўлиқ амалга ошириш учун шароитлар яратиш, иш кучи сифатини яхшилаш, ишга муҳтож шахсларни касбга тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини кенгайтириш тадбирлари белгилаб берилган.

Бозор муносабатлари шароитида ҳар қандай фаолият менежмент ва маркетинг билан бевосита боғлиқ бўлиб, айниқса, касб-ҳунар таълими тизимида ишлайдиган раҳбар ходимларга катта масулият юклайди. Мазкур ўқув дастурида белгиланган мавзулар тингловчиларнинг менежмент ва маркетинг ҳамда меҳнат бозори тушунчалари билан боғлиқ бўлган жараёнларга илмий ёндашиш ва уларнинг илмий асослари ҳақида билим ва амалий кўникмалар билан қуроллантиришга мўлжалланган.

1-МАВЗУ: ТАЪЛИМ МЕНЕЖМЕНТИНИНГ ВАЗИФАЛАРИ ВА УНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

1.1. Менежмент фанининг мазмун ва моҳияти 1.2. Бошқарув
вазифалари ва функциялари

1.3. Бошқарув мактаблари

1.4. Таълим менежментининг вазифалари

Таянч сўзлар: менежмент, бошқарув, бошқариш, мененжер, вазифа, функция, режалаштириш, ташкиллаштириш, мувофиқлаштириш, назорат қилиш, бошқарув мактаблари, таълим менежменти, таълим менежменти хусусиятлари, тизимли бошқариш.

1.1. Менежмент фанининг мазмун ва моҳияти

Менежмент сўзи инглизча “**management**” сўздан олинган бўлиб, у ўзбек тилида бошқаришни, ташкил этиш, раҳбарлик қилиш маъноларини англатади. Бозор иқтисодиётида корхоналарни бошқариш шакли ҳисобланади. Менежмент инсон ҳаётидаги иқтисодий-ижтимоий соҳаларни ишбилармонлик асосида ташкил этиш ҳамда бошқаришни билдиради.

Бошқача сўз билан айтганда, **менежмент** – бу бошқарув, яъни ресурсларни, одамларни бошқариш, самарали фаолият олиб бориш ва фойда олишни билиш, уни кўпайтириш жараёнидир. Шу нуқтаи назардан бошқарув–бу ўзига хос юксак санъат ва маҳоратни талаб қилувчи танлов, шу танлов асосида қарор қабул қилиш ва унинг бажарилишини назорат қилишдир.

Инглиз тилининг фундаментал **Оксфорд** луғатида бу сўзнинг куйидаги талқинларини учратиш мумкин: одамлар билан муомала қилиш усули, тарзи; ҳокимият ва бошқарув санъати; ишбилармонликнинг ўзига хос тури; маъмурий вазифа.

Менежмент фани бу – бошқарувчига танловни тўғри амалга оширишни ва оқил қарорни қабул қилишни ўргатувчи фандир. Унинг асосий мақсади бозор муносабатлари шароитида барча бўғинларда самарали ишлай оладиган юқори малакали бошқарувчиларни тайёрлашдан иборат.

Шундан келиб чиқиб, менежмент куйидагиларни ўргатади: бошқариш назарияси ва амалиёти; бошқариш объекти ва субъекти; бошқариш принципи ва усуллари; бошқариш маданияти; менежер ва унинг фазилатлари; менежер рейтинги; бошқаришда киришувчанлик ва қарор қабул қилиш; бошқариш функциялари; ходимларни ва ишлаб чиқаришни бошқариш; самарадорликни бошқариш; ўз-ўзини бошқариш ва бошқалар.

Бу фаннинг мазмуни бошқарув тизими ва бошқарув объекти орасидаги ўзаро муносабат бўлиб, унинг асосий вазифаси ўқувчиларга бошқарувнинг замонавий усулларини, раҳбарлик санъати сирларини ўргатишдан иборат.

Иқтисодиётни бошқариш – бу муайян доирада ташкилотлар, муассасалар, корхоналар ва фирмаларни бошқариш тушуниладиган, бунда меҳнат жамоаси, персонал (ходимлар) ва ишчиларни бошқариш ўзига хос муҳимликни билдиради. Иқтисодиётни бошқаришнинг ана шундай муҳим қисми менежмент соҳаси билан боғлиқ.

Менежмент – *(инглизча-бошқариш, бошқарув ҳокимияти ва санъати мудирлик, ташкил этиши)* сўзи бугунги кунда жуда оммалашиб кетди. Менежмент – замонавий ишлаб чиқаришни бошқариш *(режалаш, тартибга солиш, назорат қилиш)*, шунингдек ишлаб чиқаришга раҳбарлик қилиш, уни ташкил этиш демакдир.

Менежментда 3 та асосий вазифа ҳал этилади:

1. Корхона ишидаги турли бўлимлар ишини бир-бирига боғлаб, уларни уйғунлаштириш;

2. Корхонанинг бозор билан, ўз шериклари билан, хизмат кўрсатувчи фирмалар (банклар, суғурта компаниялари, ресурс етказиб берувчилар ва бошқалар) билан бўлган алоқаларини ташкил этиш;

3. Корхона ишчи ва хизматчиларининг меҳнат мотивациясини (ингл. мотивацион — рағбат), яъни уларни меҳнатга ундовчи кучни ҳаракатга солиш, ички низоларни ҳал этиб, жамоада соғлом ижтимоий руҳий муҳитни яратиш.

Демак, менежмент фани бошқариш тугрисидаги билимлар мажмуасидир.

Бошқарув-бу танлов, қарор қабул қилиш ва унинг бажарилишини назорат этиш жараёнидир.

Бошқариш - бу кўзланган мақсадга эришиш қобилияти ва маҳорати демакдир. Бошқаришнинг асосий мақсади жамиятнинг моддий - маънавий эҳтиёжларини тўлиқ қондириш мақсадида ижтимоий муносабатларни ва ишлаб чиқариш тизимини такомиллаштириш ҳамда ривожлантиришдан иборат.

Бошқарув – бу тартибсиз оммани (оломонни) самарали мақсадга йўналтирилган ва унумдорли гуруҳга айлантирувчи махсус фаолият кўриниши.

Барча раҳбарлар маълум роль ва функцияларни бажаришса ҳам, йирик корхонадаги раҳбарларнинг кўплиги уларнинг ҳаммасининг фақат бир ишни бажаришини билдирмайди. Хар бир раҳбарнинг иши чегараланган. Айрим раҳбарлар ўз вақтини ходимлар ишини мувофиқлаштиришга сарфлайди, бошқалари эса ўз навбатида бошқа раҳбарлар ишини мувофиқлаштиради. Шундай қилиб, биз бевосита ишловчилар ишини мувофиқлаштирувчи раҳбар даражасигача тушишимиз

мумкин. Бундай вертикал меҳнат тақсимоти бошқариш поғонасини ташқил этади.

Корхонада лавозим асосида бир раҳбар бошқасига нисбатан қандай даражада турганлигини аниқлаш мумкин. Корхона кўлами (масштаби) – бу бошқарув поғонасини аниқловчи омиллардан фақат бири ҳисобланади. Лекин оптимал натижаларга кам поғонали бошқарув орқали ҳам эришиш мумкин.

Бошқариш - бу ўз кўл остидаги ходимларни муваффақиятларга эришишга раҳбарлик қилиш экан, у аниқ мақсадга эришиш билан бевосита боғлиқ. Шундай қилиб, аниқ мақсад ва унга эришиш йўлидаги муваффақият бошқарув натижаларидан бири ҳисобланади. Муваффақият деганда жамият томонидан тан олинган энг яхши натижаларга эришиш тушунилади. Муваффақият куйидаги элементларни қамраб олади:

1. Фаолият билан боғлиқ реал мақсадни аниқлаш;
2. Уни жамият томонидан тан олинди;
3. Яхши натижага эришиш.

Бошқарув жараёни мақсадга эришиш йўлида одатда кўпгина қийинчиликлар, тўсиқлар, муаммоларга дуч келиш мумкин.

1.2. Бошқарув вазифалари ва функциялари

"Функция" — бу лотинча сўз бўлиб, бирор кимса ёки нарсанинг иш, фаолият доираси, вазифаси деган маъноларни билдиради.

"Вазифа" — бу амалга оширилиши, ҳал қилиниши лозим бўлган масала, ўрганилиши лозим бўлган, кўзда тутилган мақсад, ёки бирор-бир топшириқ, хизмат, юмуш, хизмат лавозими, мансаб, амал демакдир.

"Функция" тушунчаси "вазифа" тушунчасига нисбатан торроқ, маънога эга. Зеро, функция фақат ўз фаолият доирасидаги вазифаларни ўз ичига олади.

"Вазифа" эса ўз фаолият доирасидан ташқарида ҳам бўлиши мумкин.

Бошқарув функцияси деганда у ёки бу объектни бошқаришга оид аниқ вазифаларни ҳал этишга қаратилган бнр турдаги ишлар мажмуи тушунилади.

Демак, бошқарув муайян функциялар оркали амалга оширилади. Функцияларни аниқлаш, уларнинг моҳиятини очиш ва ўрганиш бошқарув жараёнини тўғри ташкил қилишнинг муҳим шартидир.

Ғарб менежментининг бугунги замонавий назарияси бошқариш функцияларини таснифлашда, энг аввало унинг асосий (умумий) функцияларига устуворлик беради:

- режалаштириш;
- ташкил қилиш;
- тартибга солиш ва мувофиқлаштириш;
- назорат;
- рағбатлантириш(мотивлаштириш).

Бошқариш функциялари – кўп қиррали тушунчадир. Шу сабабли уларни муҳим белгилар бўйича туркумларга ажратиб ўрганиш зарурияти туғилади.

Бошқарув функцияларининг моҳияти, классификацияси ва мазмунини ўрганиш бошқарувнинг бутун жараёнини тартибга солиб туриш учун ўта муҳимдир, чунки юқорида таъкидлаганимиздек, бошқарув мазмуни жараён сифатида унинг функцияларида намоён бўлади.

Режалаштириш.

Бошқаришнинг асосий ва дастлабки функциясидир. Ҳар қандай бошқариш режа тузишдан бошланади.

Бу режада:

- бошқарув мақсадлари ва вазифалари, уларни реализация қилиш муддатлари белгиланади;
- вазифаларни амалга ошириш усуллари ишлаб чиқилади;

- халқ хўжалиги бўғинларининг ўзаро алоқалари ўрнатилади;
- Режалаштиришнинг умумийлик хусусияти шундаки, бунда ҳар бир бошқарув ходими ўзининг шахсий ишини режа-лаштиради, ўз иш жойининг фаолияти кўрсаткичларини ишлаб чиқади, режаларни қандай бажараётганини назорат қилишни уюштиради.

Режалаштириш – бу истиқболни ижодий белгилаш бўлиб, унда фаолият мақсадлари, уни амалга ошириш учун зарур бўлган воситалар аниқланади, маълум шароитларда энг самарали ҳисобланган услублар ишлаб чиқилади. Режалаштириш барча ташкилот структуралари стратегиясида ўз аксини топади ва корхонанинг бутун иши келажакни башорат этиш ва стратегик режалар асосида таъминланади.

Ташкил қилиш.

Бу функция бошқарув объекти доирасида барча бошқарилувчи ва бошқарувчи жараёнларнинг уюшқоқлигини таъминлайди.

Шу нўқтаи назардан ташкил қилиш ички ва ташқи шарт-шароитларнинг ўзгариб туришига қараб амалдаги тизим таркибини такомиллаштириш ёки янгисини тузиш демакдир.

Бу функция жорий ва стратегик режаларнинг ижросини таъминлаш бўйича биринчи қадамдир.

Ташкил этиш – бу техник, иқтисодий, ижтимоий ва шу каби бошқариш тизимларини ташкил этишни билдиради. Унинг вазифаси, аввало, энг мақбул ташкилий тузилма қуриш, моддий, меҳнат, молиявий ресурслардан самарали фойдаланиш, бошқариш тизимлари орасидаги муносабатларни уюштиришдир.

Мотивалаштириш – ишловчиларни кенг демократик асосда фаоллаштириш, уларни кўзланган мақсадларга эришиш учун самарали меҳнат қилишга ундаш ва жалб қилиш мақсадларига эга. Бунинг учун ишловчиларни турли хил моддий ва маънавий рағбатлантиришлар жорий этилади, ижодий потенциални намоён этиш ва ишловчиларнинг савиясини ривожлантириш учун шароитлар яратилади.

Мувофиқлаштириш ва тартибга солиш.

Режалаштириш бошқаришнинг стратегияси ҳисобланса, мувофиқлаштириш бошқаришнинг тактик масалаларини ҳал қилиб беради. Бу функциянинг асосий вазифаси оқилона алоқалар ўрнатиш йўли билан бошқариладиган тизимнинг тури қисмлари ўртасида келишиб иш олиб боришни таъминлашдир.

Мувофиқлаштириш маблағларни тежаш мақсадида башқарувдаги параллелизм ва бир-бирини такрорлашни бартараф қилиш имконини беради.

Бундан ташқари, у турли тармоқлар ўртасида ресурсларни тақсимлаш йўли билан нисбат ва мутаносибликни, ишлаб чиқариш билан истеъмол ўртасидаги муносабатни ўрнатади.

Тартибга солиш мувофиқлаштиришнинг давоми бўлиб, у содир бўлиб турадиган оғишларни бартараф қилиш йўли билан ишлаб чиқариш жараёнларини амалга оширишни мақсад қилиб қўяди. Унинг ёрдами билан вужудга келиши эҳтимол тутилган оғишларнинг олди олинади.

Мувофиқлаштириш – ҳаракатларнинг узлуксизлигини таъминловчи менежментнинг муҳим функцияси. Мувофиқлаштиришнинг мақсади – ташкилотнинг ҳамма поғоналари ўртасида оптимал алоқаларни (коммуникация) ўрнатиш воситасида ҳамма бўлимларнинг мувофиқ ишлашини таъминлаш. Бунда интервью, ҳисоботлар, мажлислар, компьютер алоқалари, радио ва телевидение воситалари кенг миқёсда фойдаланилади. Турли алоқа шакллари ёрдамида бўлинмалар ўртасида ҳамкорлик таъминланади, ресурсларни манёврлаш амалга оширилади, менежментнинг ҳамма функцияларининг, ҳамда раҳбарлар ҳаракатининг бирлиги ва мувофиқлиги эришилади.

Назорат. Бу функциянинг мақсади “тутиб олиш”, “айбини очиш”, “илинтириш” эмас, балки бошқарув объектида содир бўлаётган жараёнларни ҳисобга олиш, текшириш, таҳлил қилиш ва маълум тартибда

шу объект фаолиятини ўз вақтида созлаб туришдир.

Назорат ўрнатилган меъёрий хужжатлардан, режалардан оғишларни, уларнинг жойи, вақти, сабаби ва хусусиятларини аниқлаш имконини беради.

Назорат функциясининг вазифаси иш натижаларини миқдорий ва сифат жиҳатдан баҳолаш ва ҳисобга олишдир. Унинг асосий дастаклари – кузатиш, ташкилот ҳамма соҳаларини текшириш, баҳолаш ва таҳлил қилиш. Назорат тескари алоқа элементи сифатида намоён бўлади. Назорат маълумотлари асосида қабул қилинган қарорларга, режаларга, норма ва нормативларга тузатишлар киритилади.

Таъсирчан назоратни ташкил қилиш ҳар бир раҳбарнинг функционал ишидир. Мунтазам назорат йўқ жойда юксак пировард натижаларга эришиб бўлмайди.

Раҳбар иши кўп қиррали бўлиб, у амалга ошириладиган фаолиятнинг қисқа муддатлилиги, турли-туманлилиги билан характерланади. Гестнинг тадқиқотларига мувофиқ бошқарув бўйича уста бир кунда 583 турли операцияларини бажаради.

Бошқарув функцияларини бажаришда ва жамоат ишлаб чиқаришида замонавий менежер:

- *раҳбар-бошқарувчи;*
- *раҳбар-дипломат;*
- *раҳбар-мураббий, тарбиячи;*
- *раҳбар-инсон;*
- *раҳбар-тадбиркор;*
- *раҳбар-инноватор сифатида майдонга чиқади.*

Бошқариш режалаштиришдан бошланиб, фаолиятни ташкил қилиш, уни рағбатлантириш билан давом эттирилиб, назорат билан тугайди. Бу ерда мувофиқлаштириш барча функциялар жараёнида ўз аксини топади.

Бу функциялар бошқарувнинг ҳамма босқичларига хос бўлган умумий хусусиятларга эга бўлиб, бошқарув аппаратининг барча раҳбарлари ва мутахассислари фаолиятида мавжуд бўлади. Уларни, шунингдек, бошқарувнинг ҳамма томонларини қамраган функциялар дейиш ҳам мумкин, чунки улар бошқарув тизимини ҳам бўйига (вертикалига), ҳам энига (горизонталига) қамраб олади.

Бошқариш функциясини таснифлашнинг иккинчи ёндошувида бошқариш ишини аниқ ижрочилар бўйича тақсимлашга устуворлик берилади.

Бунда бир бутун аниқ функциялар тизими ажратилади. Масалан, замонавий ғарб фирмаларида ишлаб чиқаришга оид 20—25 тадан кам бўлмаган функциялар ажратилади. Булар қуйидагилардир:

- асосий ишлаб чиқаришни бошқариш;
- қўшимча ишлаб чиқаришни бошқариш;
- ишлаб чиқаришга хизмат қилувчи ишлаб чиқаришни бошқариш;
- маркетингни бошқариш;
- моливий бошқариш;
- сифатни бошқариш;
- меҳнатни бошқариш;
- ходимларни бошқариш; инновацияни бошқариш ва ҳаказо.

Қайд қилинган функциялар бир-бири билан боғлиқ ва маълум даражада тартибга солинган кўп унсурлардан, таркибий қисмлардан иборат бўлиб, улар яхлитликка эга. Шунинг учун ҳам бошқариш жараёнида уларнинг бирортаси ҳам эътибордан четда қолмаслиги керак.

1.3. Бошқарув мактаблари

Бошқариш назариясининг пайдо бўлиши қадим замонларга Ю.Цезар, А.Македонский, Туркистонда эса ўрта аср даврида Амир Темур

хукмронлиги вақтидан бошлаб шакллана бошлаган. Дастлабки пайтларда менежерлар ҳарбий интизомни ўрнатиш мақсадида одамларни жазо билан кўрқитиш, ҳар қандай буйруқ ва фармонларга сўзсиз итоат этиш каби усулларни қўллаганлар. Бундай бошқарувга меҳнат ресурсларидан фойдаланиш, улардан иложи борича кўпроқ қўшимча қиймат ундиришнинг ғоятда самарали усули, деб қаралган. Амир Темур даврида марказлашган, интизомли давлатнинг барпо этилганлигига ҳам Соҳибқироннинг ўз қўл остидагиларни «кўрқув билан умид ўртасида ушлаш» бўйича бошқаргани сабаб бўлган.

XVIII асрнинг охирларида Англияда бўлган саноат инқилоби бошқарувга бўлган қизиқишни янада кучайтиради натижада эса, бошқарув ходимларини тайёрлашга алоҳида эътибор берилди бошланди. Аммо XIX асрнинг иккинчи ярми XX аср чегарасида техника ва технологиянинг такомиллашуви, ишлаб чиқаришнинг кескин ўсиши бошқаришни мураккаблаштириб юборади ва уни махсус билимларини талаб этувчи, фаолиятнинг махсус соҳасига айлантди. Ушбу муаммоларни ҳал этиш учун бошқарув соҳасидаги тажрибани умумлаштириш, ишлаб чиқариш ва ходимларни бошқаришнинг самарали усулларини излашга олиб келди. Натижада бошқарув тўғрисидаги илм, фан вужудга келди. Ўша даврдан бошлаб то бугунги кунга қадар бошқарув таълимотида қуйидаги тўртта йўналиш (мактаб) эволюцион тарзда ривожланган ва ўзининг тегишли ҳиссасини қўшган.

Бошқариш таълимотидаги қуйидаги йўналиш (мактаб)лар мавжуд бўлиб, булар:

1340-1400 йиллар Илмий менежмент мактаби (Амир Темур) - Мамлакатни идора қилиш ва салтанатни бошқариш услуби, стратегияси ва тактикасини жорий қилди. XIV-XV асрлар воқеалари ва ижтимоий ҳаётни ўзида акс эттирган қимматли асар Темур тузукларини яратди. Мазкур асарда баён этилган бошқариш йўл-ўриқлари, қонун-қоидалари, панднасиҳатлари Ўзбекистон мустақиллигини мустаҳкамлаш йўлида

хизмат қилмоқда; кучли давлатни барпо этиш, давлат ҳокимиятининг қайси ижтимоий тоифаларига таяниши, мансабдор шахсларни уларнинг сифатларига кўра танлаш ва вазифаларга тайинлаш борасида амалий жихатдан мукаммал бўлган таълимотни яратди; буюк давлат арбоби, дунёвий билимларнинг соҳиби бўлган Соҳибқирон марказлашган давлатни барпо этиши орқали ўрта асрларда буюк шахслар етишиб чиқиши учун моддий, ғоявий заминни яратди.

1885-1920 йиллар (Ф.Тейлор Г.Эмерсон ва бошқалар) – вазифани бажаришнинг мақбул усулларини топиш мақсадида илмий таҳлилни қўллаш; вазифани бажарувчи энг мақбул ходимни танлаш ва унинг ўқитилишини таъминлаш; Вазифани самарали бажарилишини таъминловчи ходимларни зарур ресурслар билан таъминлаш; Юқори меҳнат унумдорлигини таъминлаш мақсадида ходимларни мунтазам рағбатлантириб туриш.

Мумтоз ёки маъмурий менежмент 1920-1950 йиллар (А.Файол, М.Вебер ва бошқалар) – бошқарув принципларини ривожлантириш; бошқарув функцияларини баён этиш; ташкилотни бошқаришда системали ёндошувни асослаш.

“Инсон муносабатлар и” мактаби 1950 йиллар (Э.Мэйо, Р.Лайкерт ва бошқалар) – меҳнат унумдорлигини ошириш мақсадида ўзаро муносабатлардан қониқиш ҳосил қилувчи усулларни қўллаш; компаниянинг сиёсати ва истиқболини ходимларнинг хулқ-атвориغا, асосланган ҳолда ташкил этиш.

Миқдорий тизимли ёки замонавий менежмент 1950 йилдан ҳозиргача (Г.Саймон, П.Друкер, Э.Дейл ва бошқалар) – мураккаб бошқарув муаммоларини чуқурроқ тушуниш мақсадида турли моделларни ишлаб чиқиш ва қўллаш; мураккаб вазиятларнинг ечими бўйича бошқарув ходимларига ёрдам берувчи миқдорий усулларни ишлаб чиқиш.

1.4. Таълим менежментининг вазифалари

Бозор иктисодиёти шароитида таълим тизимининг самарадорлиги унинг рақобатбардош бўлиши жуда кўп омилларга боғлиқ бўлиб, улар ичида бошқарув функциялари алоҳида аҳамият касб этади.

Таълим менежменти бу – илмий асосда ташкил этилган, ўзига хос поғонавийликка асосланган бошқарув бўлиб, раҳбар, педагогик жамоа, таълим олувчилар жамоасидир. Шунга кўра, бошқарувни турли хил моделлар асосида амалга ошириш мумкин: Интеграл модел, биринчи поғона педагогик жамоа фаолиятини бошқариш, иккинчи поғона – ўқувчилар фаолиятини бошқариш.

Таълим менежментининг асосий мақсади – таълим муассасаларида ташкил этиладиган таълим– тарбия жараёнини илмий асосда ташкил этишда, олдида қуйган мақсадларга эришиш ва рақобатбардош битирувчилар тайёрлашда таълим – тарбия жараёни иштирокчилари бўлган раҳбарлар, мутахассислар ва ижрочиларнинг муносабатлари ва фаолиятларини мувофиқлаштириш, назорат қилиш ҳамда самарали бошқаришни таъминлашдан иборат. Инсоният пайдо бўлгандан сўнг инсонлар у ёки бу шакл ва мазмунда фаолият кўрсатганлар. Аммо унда менежмент фани шаклланимаган эди. Улар ҳаётининг эҳтиёжларини қондириш мақсадида меҳнат қилишган ва бола тарбияси билан шуғулланишган, шун да бошқаришга муҳтожлик сезилган. Меҳнат давомидаги ўзаро муносабатлар бошқариш усуллари шаклланишига олиб келган.

Таълим менежментининг ўзига хос хусусиятлари

Таълимдаги бошқаришнинг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилар ҳисобланади:

- ҳар бир шахснинг ижодий имкониятларини юзага чиқаришнинг зарурлиги;
- бошқарувнинг «уддабурон»лиги, яъни ўзгарувчан шароитларга ўз вақтида мослашувчанлиги;

■ таълимдаги бошқариш ахлоқий ўлчовга эга бўлиб, у «мақбуллик» сўзи билан аниқланади. Биз баркамол авлод ва мамлакатимиз келажаги манфаатларини кўзда тутиб ҳаракат қилганимиз учун, ҳар доим таълим раҳбарлари сифатида ўз мақсадларимизга эришишда ва фаолиятимизда ахлоқий нуқтаи-назардан келиб чиққан ҳолда ечимлар қабул қилишимиз зарур;

■ таълимни бошқариш - ҳам санъат, ҳам фан, чунки, унда одамлар билан муносабат ва фанни билиш катта роль ўйнайди;

■ таълим менежментида раҳбарлар ҳам, ижрочилар ҳам, мутахассис кадрлар ва ишлаб чиқариш маҳсулоти ҳам инсон ресурслари ҳисобланиши

■ таълимни бошқаришда жамоатчиликнинг кенг иштироки;

■ бошқариш самарадорлигига раҳбар ходимларнинг билим даражаси ва касбий тайёргарлигининг жиддий таъсир кўрсатиши

Айнан, профессионал таълими тўғрисида тўхталадиган бўлсак, **тизимли ёндашиш** энг мақбули ҳисобланади. Маълумки, тизим фақат бошқарувчи ва бошқарилувчи тизимлар бўғинлари ўртасидаги тўғри ва тескари алоқалар мавжуд бўлган ҳолдагина бошқарилиши сабабли, бошқариш объектдан ахборотнинг узатилиши ва қайтиши муайян тизим фаолият кўрсатишининг асосий шarti бўлиб ҳисобланади.

Биринчи бўғин – Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, касб-хунар таълими маркази, иккинчи бўғин- касб-хунар таълими ҳудудий (вилоят) бошқармалари, учинчи бўғин-таълим муассасалари (академик лицейлар ва касб-хунар коллежлари).

Ривожланган ғарб мамлакатларида ўқув муассасалари ва бутун таълим тизимининг прогрессив ривожланишини аниқловчи энг муҳим хусусиятлар қуйидагилар ҳисобланади:

➤ ўқув муассасаларига кенг ваколатлар ва эркинликлар берилиб, таълим тизимини бошқаришнинг марказлаштирилмаганлиги;

➤ ўқув муассасаларини кўшимча молиялаштириш ва жамоатчилик назоратини таъминлайдиган чуқур ва тармоқланган сармоя ва васийлик тизимининг мавжудлиги;

➤ коллежлар ва лицейлар ўқитувчилари ҳамда раҳбарларини рақобат тизимига асосан танлаш;

➤ бозорнинг ўзгарувчан шарт-шароитларига тез мослашувини, давлат ва жамият томонидан ўқув муассасасининг устивор ривожланишини, уларга ҳар томонлама ёрдам кўрсатиш ва солиқлардан озод қилишни, ўқув муассасасининг хомийлари ва васийларини рағбатлантириш ва бошқаларни назарга тутувчи алоҳида муносабатнинг шаклланиши.

Ҳар қандай система, жумладан корхоналар ҳам икки система кўринишида намоён бўлади: бошқарувчи ва бошқарилувчи системалар.

Корхоналар бошқарувчи системага (бошқарув субъекти) ташкилот раҳбари бошчилигидаги бошқарувчилар, бошқарилувчи системаларга (бошқарув объекти) бўлимлар, бўлинмалар, кафедралар, ўқитувчи-ходимлар киради.

Вазирлик, ассоциация таркибига кирувчи корхоналар юқори бошқарув системаларига бўйсундилар, яъни йирик бошқарув системаларининг ўзи турли майда системалардан иборат бўлади. Юқори ва қуйи бошқарувчи системалар ўзаро боғлиқ ва бир-бирини тўлдиради.

Бошқаришга тизимли ёндашув, бу энг аввало бошқарилаётган объектни мураккаб ижтимоий-иқтисодий, динамик система деб қараш, яъни бир неча элементларни ҳамоҳанг, ўзаро боғлиқ ишлашини тушуниш керак.

Бошқаришга тизимли ёндашув моҳияти қуйидагилардан иборат:

- масаланинг аниқ қўйилиши ва мақсадли бошқаришни шакллантириш;

- қўйилган масаланинг ечилиши туфайли энг катта самарага эришиш;

- мақсадни миқдорий баҳолаш, ютуқларга эришиш услублари ва воситалари.

Мақсад - ҳаракат - натижа - мақсад, узлуксиз бошқарув циклининг умумий кўринишидир. Шунинг ҳам таъкидлаш керакки, бундай тақсимлаш шартли. Таълим жараёнида бир-биридан фарқланувчи турли бошқарув цикллари қўлланилади.

Таълим менежери меҳнати таълим муассасасида бир неча кўринишдаги масалани ечишга йўналтирилади. Булар қуйидагилар:

- таълим жараёнини ташкил қилиш ва уни такомиллаштириш, таълим сифатини ошириш;
- моддий-техника таъминоти, жиҳозлаш, ўқув воситалари билан таъминлаш ва улардан самарали фойдаланиш;
- педагог – ходимларни жой-жойига қўйиш, уларнинг салоҳиятини ошириш, малака оширишини ташкил қилиш;
- турли ташкилотлар билан ҳамкорлик муносабатларини олиб бориш;
- бошқарув тизимларини такомиллаштириш, хўжалик масаларини ҳал этиш ва бошқалар.

Менежерлар ҳаёт билан қадамба-қадам юришлари, улар нафақат тактик, балки узоқни кўра билувчи стратег ҳам бўлишлари даркор. Улар эртанги заминини бугун тайерлашлари, келажакни тасаввур эта билишлари, иқтисодий ижтимоий ва илмий-техника ривожланишидан орқада қолмаслиги керак. Буларнинг ҳаммаси техника, технология, иқтисод, социология, маркетинг ва менежмент, бизнес, тадбирколик, ишга ижодий ендашув соҳасида чуқур билим талаб этади.

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ:

1. «Менежмент» тушунчасини изоҳланг.
2. Менежмент моҳиятини тушунтиринг.
3. Менежмент қандай вазифаларни бажариши лозим?
4. Менежментнинг асосий мақсадлари нимадан иборат ва уларга қандай эришиш мумкин?
5. Менежментда умумий ва махсус мақсадлар
характеристикасини беринг?
6. Бошқариш таълимотидаги йўналишларни айтиб беринг.
7. ”Илмий менежмент” мактабининг мазмуни ва моҳияти
нималардан иборат?
8. Таълим менежменти нима ва унинг қандай хусусиятлари
мавжуд?

2.1.Таълимни бошқаришга тизимли ёндашув.

2.2.Стратегик бошқаруш ва режалаштириш

2.3.Ходимларни танлаш ва режалаштириш.

2.4.Бошқарув маданияти.

Таянч сўзлар: бошқариш, тизимли бошқариш, стратегия, стратегик режалаштириш, ходимларни танлаш, низо, ходимларни режалаштириш, бошқарув маданияти.

2.1.Таълимни бошқаришга тизимли ёндашув

Айнан касб-хунар таълими тўғрисида тўхталадиган бўлсак, таълим муассасани бошқаришга **тизимли ёндашиш** энг мақбул ҳисобланиб, маълумки, тизим фақат бошқарувчи ва бошқарилувчи тизимлар бўғинлари ўртасидаги тўғри ва тесқари алоқалар мавжуд бўлган ҳолдагина бошқарилиши сабабли, бошқариш объектидан ахборотнинг узатилиши ва қайтиши муайян тизим фаолият кўрсатишининг асосий шарти бўлиб ҳисобланади.

Биринчи бўғин – Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, касб-хунар таълими маркази, иккинчи бўғин- касб-хунар таълими ҳудудий (вилоят) бошқармалари, учинчи бўғин-таълим муассасалари (академик лицейлар ва касб-хунар коллежлари).

Таълим тизимининг прогрессив ривожланишини аниқловчи энг муҳим хусусиятлар

Ривожланган ғарб мамлакатларида ўқув муассасалари ва бутун таълим тизимининг прогрессив ривожланишини аниқловчи энг муҳим

хусусиятлар қуйидагилар ҳисобланади:

- ўқув муассасаларига кенг ваколатлар ва эркинликлар берилиб, таълим тизимини бошқаришнинг марказлаштирилмаганлиги;
- ўқув муассасаларини қўшимча молиялаштириш ва жамоатчилик назоратини таъминлайдиган чуқур ва тармоқланган сармоя ва васийлик тизимининг мавжудлиги;
- коллежлар ва лицейлар ўқитувчилари ҳамда раҳбарларини рақобат тизимига асосан танлаш;
- бозорнинг ўзгарувчан шарт-шароитларига тез мослашувини, давлат ва жамият томонидан ўқув муассасасининг устивор ривожланишини, уларга ҳар томонлама ёрдам кўрсатиш ва солиқлардан озод қилишни, ўқув муассасасининг хомийлари ва васийларини рағбатлантириш ва бошқаларни назарга тутувчи алоҳида муносабатнинг шаклланганлиги.

Ҳар қандай система, жумладан корхоналар ҳам икки система кўринишида намоён бўлади: бошқарувчи ва бошқарилувчи системалар.

Корхоналар бошқарувчи системага (бошқарув субъекти) ташкилот раҳбари бошчилигидаги бошқарувчилар, бошқарилувчи системаларга (бошқарув объекти) бўлимлар, бўлинмалар, кафедралар, ўқитувчи-ходимлар киради.

Вазирлик, ассоциация таркибига кирувчи корхоналар юқори бошқарув системаларига бўйсундилар, яъни йирик бошқарув системаларининг ўзи турли майда системалардан иборат бўлади. Юқори ва қуйи бошқарувчи системалар ўзаро боғлиқ ва бир-бирини тўлдиради.

Бошқаришга тизимли ёндашув, бу энг аввало бошқарилаётган объектни мураккаб ижтимоий-иқтисодий, динамик система деб қараш, яъни бир неча элементларни ҳамоҳанг, ўзаро боғлиқ ишлашини тушуниш керак.

Бошқаришга тизимли ёндашув моҳияти қуйидагилардан иборат:

- масаланинг аниқ қўйилиши ва мақсадли бошқаришни шакллантириш;
- қўйилган масаланинг ечилиши туфайли энг катта самарага эришиш;
- мақсадни миқдорий баҳолаш, ютуқларга эришиш услублари ва воситалари.

2.2. Стратегик бошқарув ва режалаштириш

“Стратегия” сўзи “Strategos” грек сўзидан келиб чиққан бўлиб, «генерал махорати» маъносини билдиради. «Стратегик» сўзининг маъноси у, жорий режалардан фарқли равишда стратегик режалар узок муддатга ишлаб чиқилиши ҳақида тушунча беради. Уларнинг давомийлик муддати бир қатор омилларга боғлиқ: ташкилот мақсади ва унинг технологияси, ички ва ташқи муҳитнинг ўзгарувчанлиги ва ҳоказолар. Стратегик режалаштиришнинг оддий мухлати 5 йил, аммо баъзи кичик фирмалар учун 2-3 йил, баъзи йириклар учун 10 йил ва ундан ортиқ бўлиши мумкин.

Стратегик режа олий раҳбариятнинг ҳаракат ва қарорларининг мажмуаси бўлиб, бунда корхона стратегиясини ишлаб чиқаришга шундай йўналтирадики, унинг ҳозирги даврда ва асосан келажакда самарали тараққиёт топишига имкон яратади.

Стратегик режалаштириш мантиқий жиҳатдан қуйидаги босқичларга ажратилади:

1. Ташкилот бурчини (миссия) шакллантириш.
2. Стратегиялар портфелини шакллантириш (бош йўналишлар ва умумий мақсадларни танлаш).
3. Ташкилотнинг ички ва ташқи муҳитларини таҳлил қилиш.
4. Мукобил ўсишни танлаш.

Стратегик режалаштиришда энг биринчи кадам бу ташкилот

миссиясини танлашдан иборатдир.

Миссия деганда ташкилотнинг асосий ва умумий мақсади тушунилади. Бу ушбу ташкилотнима учун бунёд этилганини ва истеъмолчилар манфаатлари нуқтаи-назаридан караганда, нима учун зарурлигини билдиради. Миссия ташкилот структурасини аниқлайди ва қўйидагиларни ўз ичига олиши керак: ташкилотқандай фаолият турлари билан шуғулланади; ташкилотнинг ташқи муҳитдаги ўрни; ташкилот маданияти.

Ташкилотнинг умумий мақсадлари миссиясидан келиб чиққан ҳолда танланади: мақсадлар аниқ ва улчаб бўладиган бўлиши керак; аниқ даврга мўлжалланади; мақсадлар эришиладиган бўлиши керак. Мақсадлар бир- бирини қўллаб-қувватловчи бўлиши керак.

Корхоналар учун режалаштириш фаолиятининг юқори даражасини ифодалаб, режалаштиришнинг асосий қисми стратегик режалаштиришдан иборатдир.

Стратегик режалаштириш - бу таълим муассасани истикболда қуриш, муассасанинг иқтисодиетда, мамлакат ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги ўрни, ролини билиш ва янги даражага эришиш йўллари, воситаларини ишлаб чиқишдир. Стратегик режалаштиришда аниқ ҳисобланган кўрсаткичлар булмайди, балки турли башоратлар асосида мўлжаллар, келгусига назар ташлашдан иборатдир

Стратегик режалаштириш – ташкилот раҳбарияти томонидан ишлаб чиқилган қарорлар ва ҳатти – ҳаракатлар мажмуидир, бунинг натижасида махсус стратегиялар ишлаб чиқилади, бу эса ташкилотни ўз мақсадига эришишига олиб келади.

Стратегик режалаштириш жараёни бошқариш қарорларини қабул қилишда асосий дастак ҳисобланади. Унинг асосий вазифаси – бу ташкилотда керакли даражада, муҳлатда ўзгартиришлар ва янгиликларни жорий этишдан иборат.

Стратегик режалаштириш жараёнини олиб боришда асосий 4 та бошқариш фаолияти ажратилади:

1. Ресурсларни тақсимлаш.
2. Ташқи муҳитга мослашиш.
3. Ички мувофиқлаштириш.
4. Ташқи стратегияларни ҳис этиш (менежернинг тафаккурини ривожлантириш).

Юқори даражадаги раҳбарнинг асосий вазифаси фақатгина стратегик режалаштириш жараёнини ишлаб чиқиш эмас, балки уни жорий этиш ва баҳолаш билан ҳам боғлиқ.

Таълим муассасаларида бошқариш ўзига хос хусусиятга эга бўлиб, узлуксиз таълим-тарбия жараёнини ташкил этиш ва бошқаришда бошқарувчи раҳбар ҳам, мутахассислар ҳам, ижрочилар ва ишлаб чиқариш маҳсулоти ҳам инсон ресурслари ҳисобланади.

Таълим муассасаларида бошқариш муассасанинг махсус функционал хизматларини амалга оширишда ва кўзланган мақсадларга эришишда тегишли раҳбарларнинг муассаса фаолиятини такомиллаштириш, стратегик режалар асосида ривожлантириш, таълим-тарбия жараёни иштирокчиларидан ва бошқа барча ходимларнинг қобилиятлари ва имкониятларидан янада самаралироқ фойдаланиш вазифаларини бажаришга қаратилган турли фаолиятлар мажмуасидир.

Таълим муассасасини бошқариш тизими ўзига хос мураккаб тизим бўлиб, қуйидаги вазифаларни ўз ичига олади:

- таълим муассасаси олдида қўйилган мақсадларга эришишда ходимларнинг фаолликларини таъминлаш;
- барча фанлар бўйича мутахассислар билан таъминлаш;
- педагогик ходимларнинг қобилиятлари ва имкониятларидан самарали фойдаланиш;
- жамоа аъзолари манфаатларининг уйғунлашуви ва уларнинг

ўз меҳнатлари натижаларидан қониқиш ҳосил қилишларига эришиш;

– таълим-тарбия жараёни иштирокчиларининг фаолиятларини мувофиқлаштириш;

– таълим муассасаларининг инновацион фаолиятини амалга оширишда педагогик ходимлар ва ўқувчиларнинг ижодий фаолиятини ташкил этишга зарурий шарт-шароитларни яратиш;

– таълим муассасасининг фаолиятини такомиллаштириш ва ривожлантиришда турли таълим муассасалари ва бошқа ташкилотлар билан ходимларнинг илмий-амалий ҳамкорлик ишларига ёрдам кўрсатиш;

– педагогик ходимларнинг илмий-тадқиқот ишларига шарт-шароит яратиб бериш ҳамда мазкур йўналишдаги фаолиятларини қўллаб-қувватлаш;

– илғор педагогик тажрибага эга бўлган мутахассисларнинг фаолиятини оммалаштириш ва фан-техника ютуқларини ўз фаолиятига татбиқ этишга кўмаклашиш;

– мутахассисларнинг ўз устида мустақил ишлаши, билим, кўникма ва малакаларини орттириб бориши, ўзаро тажрибалар алмашилиши ҳамда ўз вақтида малака оширишлари учун имкониятлар яратиш ва ҳоказо.

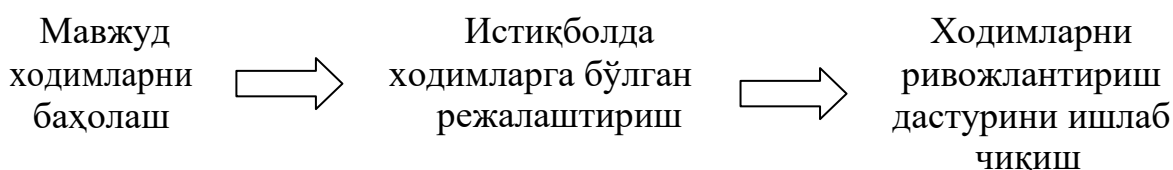
Персонални бошқариш ўзаро боғлиқ бўлган бир неча фаолият жараёнлари, яъни бошқарув жараёни сифатида намоён бўлиб, бунда таълим муассасасининг муваффақияти **биргина раҳбарлар фаолиятига эмас**, балки ўқувчиларнинг ўқув фаолияти, ходимларнинг фаолликлари, ўз меҳнатларининг натижаларидан қониқиш ҳосил қилишлари ҳамда бутун бир таълим муассасаси фаолиятининг мувофиқлаштирилганлигига боғлиқ бўлади.

Бунда таълим-тарбия жараёни иштирокчилари, унинг ташкилотчилари ва бошқа ходимларнинг салоҳиятини, яъни таълим муассасасининг илмий- педагогик салоҳиятини ривожлантириш ва ундан

самарали фойдаланиш, уларнинг ижодий фаолиятларини ташкил этишга етарли шароитлар яратиб бериш йўналишида барча зарурий чоратadbирларни белгилаш ва амалга ошириш зарур бўлади.

2.4. Ходимларни танлаш ва режалаштириш.

Ходимларни танлаш ва режалаштириш – бу инсон омилига бўлган эҳтиёжни олдиндан аниқлашдир. Бу жараён 3 босқичдан иборат бўлади:



Мавжуд ходимларни баҳолашда энг аввало уларнинг шаклланишига таъсир этувчи ташқи омилларга, хусусан меҳнат бозоридаги вазиятга эътиборни қаратмоқ лозим. Зеро, меҳнат бозоридаги ҳолат кўп жиҳатдан қуйидагиларга боғлиқ:

- аҳоли сони, ёши, жинси салмоғидаги ўзгаришларга;
- тармоқ ва ҳудудий бандликдаги ўзгаришларга;
- қўшимча иш кучини ёллаш даражасига;
- ишлаб чиқариш ҳажми, таркиби ва ўсиш суръатига;
- меҳнат ресурсларини бошқариш усулига ва ҳ.к

Ички омилларни баҳолаш учун қуйидаги маълумотларни таҳлил қилиш зарур:

- доимий банд бўлган ходимлар сони, исми-шарифи, яшаш жойи, ишга қабул қилинган вақти ва ҳ.к
- ходимларни таркиби (малакаси, мутахассислиги, ёш таркиби, миллий таркиби, ногиронлар салмоғи, ишчи ва хизматчилар ва ҳ.к);
- ходимларнинг қўнимсизлиги;

- иш кунининг давомлиги (тўлиқ ёки қисман бандлиги, неча ва қайси сменада ишлаши, таътилнинг давомийлиги ва ҳ.к);
- иш ҳақи, унинг таркиби, қўшимча иш ҳақи, тариф ёки тарифдан юқори тўлов ва ҳ.к;
- давлат ва ҳуқуқий ташкилотлар томонидан кўрсатилаган ижтимоий-маиший хизмат (ижтимоий эҳтиёжларга ажратиладиган маблағ)лар.

Қайд қилинган ташқи ва ички омилларнинг таъсирида меҳнат бозоридаги вазият ўзгариб туради, шунга мос равишда меҳнат ресурсларига бўлган талаб ҳамда таклиф кўлами аниқланади.

Ходимга бўлган эҳтиёж қандай режалаштирилади?

Меҳнат ресурсларига бўлган талабни режалаштириш ходимларни режалаштириш жараёнининг бошланғич босқичи бўлиб, уни тузишда қуйидаги маълумотлар асос вазифасини бажаради:

- мавжуд ва режалаштирилаётган иш жойлари;
- ташкилий ва техник тадбирлар режаси;
- штатлар рўйхати ва буш лавозимларни тўлдириш режаси.

Корхонанинг ходимга бўлган эҳтиёжини режалаштириш меҳнат бозорида иш кучига бўлган талаб таклифдан кўпроқ, яъни:

талаб > таклиф бўлса, у ҳолда корхонага иш кучининг манбаларидан қўшимча таклиф режалаштирилади. Бундай манба бўлиб меҳнат нафақаси олувчилар, талабалар ва ўқувчилар ҳисобланади. Ушбу вазиятда меҳнат биржаларининг фаолиятлари кучайтирилади ва такомиллаштирилади, бошқа ҳудудлардан қўшимча ишчи кучининг оқиб келиши рағбатлантирилади, ҳар бир ишсизнинг шахсий ҳисоби юритилади ва ҳ.к

Агар меҳнат бозорида ишчи кучига бўлган талаб таклифдан кам, яъни:

талаб < *таклиф* бўлса, у ҳолда қўшимча иш жойларини ташкил этиш, иш сменасини кўпайтириш, иш билан бандликнинг ноанъанавий йўлларида фойдаланиш, ишсизларни бошқа ҳудудларга жалб қилиш режалаштирилади.

Иш кучига бўлган талаб таклиф билан тенг, яъни:

талаб = *таклиф* ҳолатида корхонада: ишлаб чиқариш воситаларини замонавийлаштириш ва қайта тиклаш; иш вақтини йўқотишни камайтириш; ишчиларнинг малакасини ошириш; меҳнатни рағбатлантириш ва иш ҳақини самарали ташкил этиш каби тадбирлар режалаштирилади.

Демак, бошқарув вазифаларининг мураккаблашуви корхона раҳбарларига ходимларни тўғри танлаш, уларни жой-жойига қўйиш ва тарбиялаш ишларига жуда катта масъулият билан ёндошишни талаб қилади.

Корхонани муваффақиятли бошқариш учун эса меҳнат жамоасида нормал рухий шароит яратиш, ҳамкорлик ва ўзаро ёрдам муносабати ўрнатиш, интизомни мустаҳкамлаш ва жамоа олдида жавобгарлик хиссини тарбиялаш зарур. Инсон шахсиятига унинг имкониятлари ва талабларига эътиборни кучайтириш ҳам муваффақиятли бошқарув горовидир.

Ходимлар билан ишлашнинг ўзига хос хусусиятларидан биттаси – бу ходимларни танлашдир. Ходимларни тўғри танлаш ва жой – жойига қўйишда зарур масъулият билан ёндошишмаса иш якунлари кутилган самара бермаслиги аниқ. Ходимлар танлаш услуги қанчалик пухта ишлаб чиқилган бўлса, жамоанинг меҳнат фаолиятига кутилган самарадорликка шунчалик тез эришиш амалиётда исбот этилган.

Ходимлар билан ишлаш тизимида «объект» ва «субъект» деган тушунчалар мавжуд бўлиб, объект-ходимлар билан ишлаш тизимининг асосий таркибий қисмлари: ходимларни танлаш, уларга баҳо бериш;

субъект – бу ходимлар вазифаларини рўёбга чиқарувчи идора ва ходимларнинг жамидир.

Ходимларни танлаш ва уларга адолатли баҳо бериш бошқаришнинг энг мураккаб қирраларидан ҳисобланади. Шу сабабли уларни тўғри танлаш ва жой-жойига қўйишда зарур масъулият билан ёндошилмаса иш якунлари кутилган самарани бермаслиги аниқ. Ходимларни танлаш услуги қанчалик пухта ишлаб чиқилган бўлса, шунчалик корхонанинг меҳнат фаолиятида кутилмаган самарадорликка эришиш амалиётда исбот ланган.

Ходимларни танлашда раҳбар нималарга эътиборини қаратмоғи лозим?

Касб-хунар таълими муассасалари директор ўринбосарлари, педагог ва муҳандис-педагогларнинг бўш лавозимларни эгаллаш учун уларни танлов асосида танлаб олиш тўғрисида **НИЗОМГА** асосан, Танлов таълим муассасаларига замонавий талабларга жавоб берувчи юқори малакали, чуқур касбий билимга, ижодий ва илмий потенциалга, юксак ахлоқий ва маънавий сифатларга эга бўлган кадрларни саралаб олиш мақсадида ўтказилади

Касб-хунар коллежларининг:

директор ўринбосарлари лавозимларига ўтказилаётган танловда илмий даража (илмий унвон)ли ёки педагогик (касбий-таълим) ёки таълим муассасасининг йўналиши бўйича магистр, дипломли мутахассислар иштирок этишлари мумкин;

умумтаълим фанлар бўйича педагог бўш ўринларини эгаллаш учун танловда илмий даража (илмий унвон)ли ёки педагогик мутахассислик бўйича магистр, дипломли мутахассис ва бакалаврлар иштирок этишлари мумкин;

махсус фан ва касбий таълим (амалиёт) педагоглари лавозимларига ўтказилаётган танловда таълим муассасаси йўналиши ва ихтисосликларига мос келадиган илмий даража (илмий унвон)ли ёки магистр, дипломли

мутахассис ва бакалаврлар иштирок этадилар.

Бўш (вакант) директор ўринбосарлари лавозимига танлов касб-хунар таълим марказининг ҳудудий бошқармалари ёки бўйсинувида таълим муассасаси бўлган вазирлик ёки идора томонидан, педагог лавозимларига - таълим муассасалари раҳбарияти томонидан марказий ёки маҳаллий матбуот орқали 1 ой олдин эълон қилинади.

2.4.Бошқарув маданияти

Бошқарув маданиятида раҳбарлар қуйидагиларга эътибор қаратишлари лозим: ҳар бир раҳбар таълим муассасасини ривожлантириш муаммоларини ҳал қилиш учун ижтимоий ҳамкорлик фаолиятини олиб боради ва кўплаб давлат ва нодавлат ташкилотлари, ишлаб чиқариш вакиллари билан музокара ва суҳбатлар ўтказиши. Музокаралар раҳбар кутадиган натижа бериши учун ўзаро алоқалар олиб бориш қоида ва нормаларини билиши, музокара ва суҳбатлар олиб бориш техника ва кўникмасига эга бўлиши керак.

Иш юзасидаги суҳбатнинг аниқ босқичларида асосан қуйидагилар характерланади: ўзаро алоқаларнинг бошланиши ва таклифларнинг олдинга сурилиши; қизиқишларнинг кўзгатилиши ва эҳтиёжларининг ўрнатилиши; битим тузишга, олиб борилаётган алоқаларга ва ташкилотга ишончнинг шаклланилиши; битимнинг фойдасини намоён қилиш; интилишларни шакллантириш, уни муваффақиятли яқунлаш ва битим ҳулосаси ҳақида қарор қабул қилиш.

Ўзаро алоқалар томонларни бир-бирига таништириш, ташрифномалар билан алмашиш ва стол ёнида ўтирғизишлар (бунда меҳмон яхши ўриндиқларга ўтирғизилади) билан бошланади. Ундан сўнг психологик тўсиқни олиб ташлаш ва дўстона муҳитни яратиш учун кириш қисми бошланади. Бу вақтда томонлар бир-бирларини ўрганадилар ва

баҳолайдилар. Сўнгра таклиф ва қизиқишларни аниқлашга ўтилади. Бунда ёзма ахборотнинг алмашуви содир бўлади. Асосий нарса – бу шерикнинг қизиқишини уйғотишдир. Бунинг учун муваффақиятларни кўрсатиш, бошқа муассасасалар тарафига яхши сўзларни айтиш кабилар кўлланилади. Мулоқот предмети намуналарини (китоб, кўргазма материали ва бошқалар) бепул фойдаланишга бериш билан ҳам самарали натижага эришиш мумкин.

Музокара ва суҳбат олиб бориш технологияси. Одатда, бир киши қабул қиладиган қарорга бошқа кишининг рози бўлиши жуда қийин. Инсонлар уларга тегишли қарорларни қабул қилинишида иштирок этишни хошлайдилар, лекин уларга таклиф этиладиган қарорга шубҳа билан қарайдилар. Шунинг учун музокара жараёнида киритиладиган таклифга нисбатан инсонлар одатда фақат икки имкониятни кўрадилар: юмшоқ ёки қатъий бўлишни. Иккинчи стандарт стратегия музокарада ўртача ёндашишни кўзда тутди: юмшоқлик ва қатъийлик ўртасида, ҳам мақсадга эришиш, ҳам одамлар билан муносабатни бузмасликка ҳаракат қилиш.

Музокаралар олиб боришнинг учунчи йўли принципиал музокаралар услуби ҳисобланади. У музокара мазмун ва моҳиятини қатъий кўриб чиқишга, лекин музокара иштирокчилари ўртасидаги муносабатларда юмшоқ ёндашишни кўзда тутди. Бу услуб адолатли бўлиб қолиш, натижага эришиш билан биргаликда одоб чегарасида алданиб қолмаслик имкониятларини беради.

Ушбу ҳатти-ҳаракатлар музокара иштирокчиларининг мос равишда уч ёндашишини келтириб чиқаради:

1. Биринчи ёндашиш томонларнинг қарама-қаршилигига асосланади. Ҳар бир томон ўз позицияларини сақлаб қолиш фикри билан музокарада қатнашади. Унинг асосий принципи “ким-кимни” ёки “арқон тортиш”. Келишувгв келинган тақдирда ҳам бир томоннинг “ютуғи” бошқа томонда “қасд олиш” туйғусини туғдиради.

2. Иккинчи ёндашиш биринчининг тескариси бўлиб, томонлар

дўстона позицияни эгаллашади. Кучсизроқ томон ҳамкор томонидан “дўстона” муносабатни кутиб, ўзини хушомадона оҳангда тутати. Амалда иккинчи ёндашиш каъ учрайди.

3. Учинчи ёндашиш томонлар томонидан ўзаро мақбул қарорни излаш зарурлигини англашга асосланган. Томонлар биргаликда ҳолатни таҳлил қилган ҳолда, ҳар иккала томон манфаатларига жавоб берадиган ечимни топиш билан шуғулланишади. Бунда умумий иш “ютуғи” натижаси кейинчалик шахсий манфаатларни амалга оширишга имкон беришини кўзлаб, томонларнинг шахсий манфаатлари онгли равишда умумий ишга бўйсиндирилади. Бундай ёндашиш “муаммони ҳамкорликда таҳлил қилиш” номини олган. Раҳбар мулоқат жараёнида қуйидагиларга эътибор бериши лозим: кишилар билан муносабатларда уларнинг исми ва шарифларини ёдда сақлашга ҳаракат қилиши ва суҳбат давомида уни такрорлаб туриши керак. Бу суҳбатдошга ёқади; ўзаро муносабатларда табассум қилинг. Очиқ юз, соф қалб, ярим табассум атрофдагиларда сизга нисбатан ишонч ҳосил қилишига сабаб бўлади; “Олтин сўз” услуби. Мақтов (комплимент) - бу шахснинг ижобий, яхши сифатлари фазилатлари ҳақида, уларга озгина қўшиб (орттириб) гапиришдир.

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ:

1. Таълим менежери меҳнати хусусиятлари нимадан иборат.
2. Таълим менежери вазифаларини келтиринг.
3. Стратегия ва стратегик режалаштириш нима?
4. Миссия нима ва у қачон ишлаб чиқилади?
5. Муҳокамаларни олиб бориш босқичларини кўрсатинг.
6. Ходимларга бўлга эҳтиёж қандай аниқланади?
7. Ходимларни танлаш ва режалаштиришда нималарга эътибор бериш лозим?

3-МАВЗУ: РАҲБАРЛАРНИНГ БОШҚАРУВ ФАОЛИЯТИ САМАРАДОРЛИГИ.

3.1.Раҳбарнинг иш услуби

3.2.Менежментда мотивлаштириш тушунчаси ва назарияси

3.3.Лидерлик ва унинг ўзига хос хусусиятлари

Таянч сўзлар: услуб, бошқариш услуби, автократик раҳбар, демократик раҳбар, либерал раҳбар, мотив, мотивлаштириш, маслоу назарияси, лидерлик.

3.1.Раҳбарнинг иш услуби

Ҳар бир менежер ўзига хос бошқарув услубига эга. Бунда услуб – бу ишлаш, бошқаришдаги ўзига хос йўл, усул маъносини англатади. Шу нуқтаи назардан қуйидаги тушунчаларни ажрата билиш лозим:

- бошқарув услуби;
- иш услуби;
- раҳбарнинг иш услуби.

Бошқарув услуби – бу бошқарув жараёнида юзага чиқадиган муаммоларни ҳал қилиш усуллари, йўллари мажмуидир.

Иш услуби – бу бошқарув функцияларини самарали бажариш мақсадида, бирор-бир органнинг ёки раҳбарнинг бўйсунувчиларга аниқ ва нисбатан барқарор таъсир кўрсатиш усули ва йўллари мажмуидир. Масалан:

- мамлакат бошқарув органларининг иш услуби;
- вазирлик, қўмита, ҳокимларнинг иш услуби;
- суд, прокуратуранинг иш услуби;
- корхона, цехларнинг иш услуби;

– айрим раҳбарларнинг иш услуби ва ҳоказо. Бошқарувнинг турли поғона ва босқичларида турган бошқарув органлари ва раҳбарларнинг иш услублари ҳар хилдир. Шу нуқтаи назардан, иш услуби ғоят кўп қиррали тушунчадир.

Раҳбарнинг иш услуби – бу бошқарув жараёнида у ёки бу масалани ҳал қилишда унинг ўзига хос ёндошишидир. Раҳбар қарор қабул қилганда, унинг бажарилишини ташкил этганда ва қўл остидаги кишилар ишини назорат қилганда, ўз вазифаларига мувофиқ иш кўради. Бироқ, ҳар бир раҳбар бунда ўзига хос равишда, бошқарув жараёнида ўзи учун мос бўлган, ўз раҳбарлик услубини белгилайдиган усуллар билан ҳаракат қилади. Мутлақо бир хил икки киши бўлмаганидек, раҳбарликда ҳам мутлақо бир хил услуб йўқ.

Раҳбарлик услуби раҳбарларнинг ўз қўл остидагилари билан алоқасида, уларнинг ўзаро муносабатларида таркиб топади.

Бошқарув усулуби, белгиси ва бўйсунувчиларга нисбатан муносабатига қараб, барча раҳбарларни қуйидаги уч турга ажратиш мумкин:

- Автократик раҳбар;
- Либерал раҳбар;
- Демократик раҳбар.

Автократик услуб – бунда раҳбар қўл остидагиларининг фаолияти учун жавобгарликни ўз зиммасига тўлиқ олади. Барча мавжуд ахборотларни ўзи орқали ўтказишга ҳаракат қилади. Жамоа аъзоларини бевосита мулоқотда бўлишини чегаралаб қўяди. Танқидни кўтара олмайди, лекин ўзи танқид қилишни яхши кўради. Бундай раҳбар одатда, кўп гапиришни ёқтирмайди, лекин бўйсунувчилари билан муомалада бўлганда унинг раҳбарлик ғурури баландлиги сезилиб туради.

Демократик раҳбарлик услуби – бундай раҳбарлик турида раҳбар ўз фаолиятини ўзининг гуруҳидаги жамоа аъзоларига таянган ҳолда олиб

боради. Фаолият учун жавобгарлик бўйсунувчилар орасида тақсимланади. Жамоа аъзоларининг бир-бири билан бевосита муносабатларини рағбатлантириш билан биргаликда раҳбар бўйсунувчиларнинг билдирган фикрига қулоқ солади, улар билан маслаҳатлашади, ижобий томонларини инобатга олади, илғорларни мукофотлайди. Бундай услуб бўйсунувчиларнинг шахсий ташаббусини, ижодий фаолиятини ривожлантиради ва жамоада ўртоқлик ва ишчан муҳитни яратади. Бу фақат жамоанинг шароитига таъсир кўрсатибгина қолмай, балки унинг иш натижаларига ҳам бевосита ижобий таъсир кўрсатади.

Либерал раҳбарлик услуби. Бунда раҳбар фаоллик кўрсатмайди, у фақат ахборот манбаи бўлиб хизмат қилади ёки уни ўзи йиғади, ишлаб чиқариш ва хўжалик масалаларини муҳокама қилиш расмий ҳарактерга эга бўлади, ишда ўзини ўзи танқид қилиш йўқ бўлади. Бундай раҳбарлар ташқаридан кўрсатиладиган таъсирга мойиллиги билан кўзга ташланиб туради. Бунда у ёки бу масалаларни бажариш айрим бўйсунувчиларнинг хоҳишига боғлиқ бўлади.

Ушбу раҳбарларнинг ижобий ва салбий хислатлари, уларнинг иш услублари тўғрисида 3.1.-жадвал маълумотларидан кўришимиз мумкин.

3.1- жадвал.

	Раҳбарлик услублари	Изоҳ
1	Автократик услуб	<p>Бундай турдаги раҳбар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Буйруқ чиқариш, қарор қабул қилиш, ходимларга жазо бериш ёки рағбатлантиришда жамоа фикрини ҳисобга олмайди; • Ўзини жамоадан узоқда тутди, жамоа аъзоларни бевосита мулоқотда бўлишини чегаралаб қўяди; • Ўзининг ноўрин ҳаракатларининг танқид қилинишига чидай олмайди; • Ўзига бўйсунувчиларнинг ҳаракатларини кескин равишда танқид қилишни яхши кўради; • Мутгасил буйруқ беришга ҳаммани ўз истакларига сўзсиз бўйсундиришга интилади; • Кўп гапиришни ёқтирмайди, лекин бўйсунувчилари

		<p>билан муомалада бўлганда унинг раҳбарлик ғурури баландлиги, ўзини катта тутиши сезилиб туради;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ўзига бўйсунувчилари олдида қовоғи солинган кайфиятда бўлади. • Хуллас автократик раҳбар, ўзига бино қўйган, димоғдор, ўз қобилияти ва имкониятларига ортиқча ишонадиган, хукмини ўтказишга интиладиган кишиларда етишиб чиқади.
		<ul style="list-style-type: none"> • Бундай раҳбар назоратдан четда қолса, ўша ерда дағаллик, такаббурлик, тазйиқ ўтказиш, мажбур қилиш каби ўта салбий ҳолатлар авж уради. • Бироқ автократик бошқарув усулини ҳар жихатдан ёмон деб бўлмайди. Баъзи бир ҳолларда бўйсунувчиларнинг маданий даражаси, ахлоқи пастлиги сабабли, автократик услубни танлаб олиш ҳам иш бериб қолиши мумкин.
2	Либерал раҳбарлик услуби	<p>Бундай турдаги раҳбар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Иродасиз, ташаббуссиз бўлади; • Ўз зиммасига масъулият олишни ёқтирмайди; • Ишни ўз ҳолига ташлаб қўяди; • Идорага нисбатан қатъий бўлишдан ҳайиқади; • Ўзини ҳаддан ташқари эҳтиёт қилади; • Бирон ходим билан ҳам алоқани бузишни истамайди; • Талабчан эмас, суст назорат қилади.
3	Демократик раҳбарлик услуби	<p>Бундай турдаги раҳбар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Бошқариш функцияларини жамоа фикри билан ҳисоблашиб амалга оширади; • Ишлаб чиқаришни бошқаришга ходимларни жалб қилади, уларнинг билдирган фикрига қулоқ солади, улар билан маслаҳатлашади, ижобий натижаларини инобатга олади; • Барча билан баробар ва самимий муносабатда бўлади, устунлигини билдирмайди; • Буйруқ бериш йўли билан эмас, балки ишонтириш услубида иш тутади; • Бўйсунувчиларнинг шахсий ташаббусини, ижодий фаолиятини ривожлантиради ва жамоада ўртоқлик ва ишчан муҳитни яратади.

3.1- жадвал. Бошқарув усулбига қараб раҳбарнинг турларга ажратилиши.

Қайд этилган раҳбарлик услублари соф ҳолда учрамайди. Ҳаётда ҳар бир раҳбарнинг иш услуби ҳар хил бўлади, лекин юқоридаги уч услубдан бири яққолроқ сезилиб туради. Турли хил ишлаб чиқариш вазиятларида ҳар хил ходимга нисбатан раҳбарликнинг ижобий томонларидан фойдаланиш керак. Раҳбар ҳақиқий аҳволга қараб иш тутиши ва бўйсунувчиларнинг ўзига хос шахсий хислатларини ҳисобга олиб муомала қилиши керак.

Ходимларни танлаш ва уларга адолатли баҳо бериш бошқаришнинг энг мураккаб қирраларидан ҳисобланади. Шу сабабли уларни тўғри танлаш ва жой-жойига қўйишда зарур масъулият билан ёндошилмаса иш якунлари кутилган самарани бермаслиги аниқ. Ходимларни танлаш услуби қанчалик пухта ишлаб чиқилган бўлса, шунчалик корхонанинг меҳнат фаолиятида кутилмаган самарадорликка эришиш амалиётда исбот этилган.

3.2. Менежментда мотивлаштириш тушунчаси ва назарияси

“**Мотивация**” тушунчаси ўзини ва бошқаларни шахсий ёки ташкилот мақсадларига эришиш учун фаолият қилишга йўналтириш жараёни. Бу тушунча бевосита инсон омили билан чамбарчас боғлиқдир. Шу нуқтаи назардан:

Мотивлаштириш - бу руҳий омил бўлиб, шахс фаоллигининг манбаи, сабаби, далили ва ҳар хил эҳтимолларидир. У ходимларни жонли меҳнат фаолиятига рағбатлантирувчи кучли воситадир. Бошқача қилиб айтганда мотивлаштириш - бу кишилар фаолиятини руҳий йўллар билан мақсадга мувофиқ йўналтиришдир. Эҳтиёж эса сабабларда намоён бўлади.

Эҳтиёж - одамларни ҳаракатга интиштирувчи, қўзғатувчи мотивдир. Эҳтиёж қатъиян табақалашган бўлади, яъни, у кишиларнинг одати, диди, руҳиятига, ёши ва жинсига, оилавий аҳволи, миллатига, меҳнат ҳамда яшаш шароитларига ҳам боғлиқ.

Масалан, таълим муассасаси ўқувчиси билан олимнинг, ёш йигит билан нафақадаги шахснинг, деҳқон билан шахтёрнинг эҳтиёжи бир хил эмас. Ҳатто кишиларнинг жисмоний тузилиши ҳам эҳтиёжларда фарқларни ҳосил қилади.

Инсон овқат ейиш, ухлаш, дам олиб кучини тиклаш, ўзини иссиқ-совуқдан асраш эҳтиёжларига эга. Мазкур эҳтиёжлар моддий кийим-кечак, озиқ-овқат, турар-жой ва бошқалар шаклида ифода этилади.

Инсоннинг моддий эҳтиёжлари ҳам борки, буларга билим олиш, маданий савияни ошириш, малака, маҳоратга эга бўлиш ва соғлом ҳаёт кечириб, узоқ умр кўриш киради. Айтилган эҳтиёжлар моддий шаклга эга бўлмаган ҳар хил хизматлар кўрсатиш орқали қондирилади.

Ходимларнинг шахсий хусусиятларини ўрганиш орқали уларни кизиқтириш ва фаолиятини бошқариш катта аҳамиятга эга. Шунинг учун рухиятшунослик бўйича билимлар раҳбарга зарурдир.

Демак, мотивация – бу ўзини ва бошқаларни ўзи ёки ташкилот мақсадлари сари йўналтириш жараёнидир. Ташкилот вазифаларини яхши бажариш учун одамларга таъсир этиш мумкин. Бошқаришда психологиянинг қўлланилиши натижасида, "инсоний муносабатлар" концепцияси вужудга келди.

Замонавий мотивация назариясини икки турга ажратиш мумкин, булар: мазмунли ва процессуал.

Мазмунли мотивация назарияси умуминсоний эҳтиёжларни туркумлашга ҳаракат қилди, аммо шунини айтиш керакки, барча эҳтиёжларни аниқ туркумлаш мумкин эмас. Ҳозирги кунда кўпгина психологлар икки хил эҳтиёжлар туркуми мавжудлигини тан олишган. Булар бирламчи ва иккиламчи эҳтиёжлар.

Бирламчи эҳтиёжлар ўз табиатига кўра физиологик ва туғма бўлади (озикланишга, дам олишга, чанқоғини қондиришга эҳтиёжлар), иккиламчи эҳтиёжлар табиатига кўра психологик бўлади (хурматга, муваффақиятга

бўлган эҳтиёжлар). Бирламчи эҳтиёжлар генетик ўтувчан бўлади, иккиламчи эҳтиёжлар йиллар давомида вужудга келади.

Эҳтиёжни кузатиш ва ўлчаш имконияти йўқ. Унинг мавжудлигини фақатгина инсон ҳатти-ҳаракатидан аниқлаш мумкин. Психологлар, инсонни кузатиб шуни аниқладиларки, эҳтиёжлар ҳатти-ҳаракатга мотив бўлиб хизмат қилади. Инсон бирон-бир нарсага эҳтиёж сезса, у эҳтиёжни қондиришга интилади. Интилиш – бирорбир нарсага камчилик сезганда ҳатти-ҳаракат йўналишини аниқлаш ва мақсадга эришиш. Бу ерда мақсад – шу эҳтиёжни қондиришдаги асосий дастак ҳисобланади. Инсон бу мақсадга эришса, эҳтиёж қондирилади, қисман қондирилади ёки аксинча қондирилмаслиги ҳам мумкин.

Эҳтиёжни қондириш даражаси инсон келажагидаги ҳатти-ҳаракатини белгилайди. Кайси ҳатти-ҳаракат инсон эҳтиёжини қондирса, у ҳатти-ҳаракатни такрорлайди, агар қайси ҳатти-ҳаракат инсон эҳтиёжини қондирмаса, у бу ҳатти-ҳаракатни такрорламайди. Менежерлар шундай шароитни яратиш керакки, бунда ходим ташкилот мақсадлари сари интилиш натижасида ўз эҳтиёжини ҳам қондира олиши лозим.

Мукофотлар – бу одамзот учун қадрли бўлган нарсалар ҳисобланади. Ҳар бир одам учун қимматли нарса ҳар хил, демак мукофотга бўлган қараш ҳам ҳар хил. Раҳбар иккита асосий мукофот турлари билан ишлайди: Улар ички ва ташқи. Ички мукофот – бу ишнинг моҳиятидир. Масалан, бир натижага эришиш, ўзини ҳурмат қилиш ҳиссиёти ва муваффақият завқи. Иш жараёнида вужудга келадиган муносабат ва дўстлик ҳам ички қониқишга мисол бўла олади. Ички қониқишни вужудга келтиришнинг энг оддий усули бу иш жойида керакли шароитни яратиш ва аниқ вазифани қўйиш.

Мазмунли мотивация назарияси биринчидан одамларнинг ишлашга ундайдиган эҳтиёжларни аниқлашга ҳаракат қилади.

Мотивация назариясини яратган А.Маслоу одамзотнинг эҳтиёжларини жуда ҳам турли хил деб таъкидлаган, аммо у эҳтиёжларни 5 та асосий категорияга ажратган:

1. Физиологик эҳтиёжлар – яшаш учун керак бўлган эҳтиёжлар.
2. Хавфсизликка ва эртанги кунга бўлган ишонч эҳтиёжи.
3. Ижтимоий эҳтиёж ёки бошқача қилиб айтганда уни кимларгадир ёки нималаргадир тегишлилик ҳисси.
4. Ҳурматга бўлган эҳтиёж.
5. Ўз-ўзини намоён қилиш эҳтиёжи.

Маслоу категориясига биноан, бу эҳтиёжлар аниқ кераклик структурага эга ва токи пастки эҳтиёжлар қондирилмаса, юқорида жойлашган эҳтиёжлар талаб этилмайди, яъни юқори даражадаги эҳтиёжлар одам ҳатти-ҳаракатида асосий омил бўлиши учун, пастда жойлашган эҳтиёжлар қондирилган бўлиши керак. Турли даражадаги раҳбарлар шуни тушунишлари керакки, одамзотни мотивлаштиришда унинг эҳтиёжи асосий ўрин эгаллайди. Аниқ бир ходимни мотивлаштириш учун, раҳбар ходимни шундай йўналтириши керакки, у ташкилот мақсади сари интилсин ва ташкилот мақсадига эришгандан кейин раҳбар ходимнинг асосий эҳтиёжларини қондиришга имконият яратиши лозим.



Чизма 3.1. А.Маслоу бўйича эҳтиёжлар иерархияси

Процессуал назарияда мотивацияга бошқача нуқтаи-назардан каралади. Бунда одамзот мақсадга эришишга қанча куч сарфлаши ва қандай қилиб ҳатти-ҳаракат турини танлаши таҳлил қилади. Процессуал назария эҳтиёжлар борлигини инкор этмайди, аммо уларнинг фикрича, одамзот ҳатти-ҳаракатига фақат эҳтиёж таъсир этмайди. Процессуал назарияга мувофиқ одамзот ҳатти-ҳаракатига, вазиятга қараб қабул қилиш ва кутиш функциялари сабаб бўлади ва кейинчалик ҳатти-ҳаракат тури танланади.

Баъзан ходимлар қастдан меҳнат интизомини бузадилар. Бунга сабаб: баъзида моддий техник таъминотнинг ўз вақтида бўлмаслиги; бир нечта вазифани бир вақтда берилиши, аниқ бажариш вақти кўрсатилмаганлиги, мукофотлаш шаклининг номукамаллиги, жтимой ишлар билан юкланганлигидир. Шунинг учун раҳбар кишилар кимчиликларига сабр-тоқат билан ёндашиши керак.

3.2. Лидерлик ва унинг ўзига хос хусусиятлари

Хозирги замон фанида “раҳбар”, “лидер” ёки “раҳбарлик услуги” ва “лидерлик услуги” тушунчаларининг йўналишидаги муаммолар энг долзарб муаммолардан бири ҳисобланади. Буларнинг ичига кўпроқ ахамият касб этувчи Б.Д. Парьчин фикрига кўра лидер маълум бир гуруҳда шахслараро муносабатларни мувофиқлаштириб туради, у микромуҳитнинг элементи ҳисобланади, кутилмаганда вужудга келади ва унинг ҳолатини барқарорлиги камроқ бўлади, ҳаракатланиши гуруҳнинг кайфиятига боғлиқ ва у кўпроқ гуруҳнинг фаолиятига алоқадор бўлган қарорлар қабул қилади. раҳбар эса ижтимоий ташкилот ҳисобланган гуруҳларда расмий муносабатларни мувофиқлаштиради ва микромуҳитнинг элементи ҳисобланади. Раҳбар ҳолатининг барқарорлиги кўпроқ бўлиб, у маълум бир тизимда бир неча марта кўпроқ ваколатларга, қарор қабул қилиш, буйруқ бериш, топшириқлар бериш, талаб қилиш ҳуқуқларига эга. Қарор

қабул қилиш жараёни бир мунча мураккаброқ бўлиб, кўпинча, турли хил вазиятларни қамраб олади ва бу вазиятлар фақатгина битта гуруҳга тегишли бўлмайди. раҳбар маълум бир кенгроқ ижтимоий тизимнинг кичик бир гуруҳида фаолият кўрсатса -да унинг ҳаракат доираси кенг ҳисобланади. Мутахассисларнинг фикрича лидерлик жамоа фаолиятининг самарадорлигини оширишда раҳбарлик тушунчасини тўлдиради.

Раҳбарлик – одамларга мақсадлик таъсир ўтказишга қаратилган, уларнинг фаолиятини мувофиқлаштириш билан боғлиқ бошқарувнинг таркибий қисмидир. Сайлаб қўйилган ёки тайинланган раҳбар қатор вазифаларни бажаради:

- жамоа фаолиятидаги мақсадини аниқлайди ва шакллантиради,
- шу фаолиятни режалаштиради,
- рағбатлантириш воситалари ва усулларини белгилайди,
- уни назорат қилишни амалга оширади

Раҳбарлик услубига мувофиқ шаклланадиган шахсий сифатлар ичига, энг аввало қадриятлар, ишонч ва эътиқотларни айтиб ўтиш зарур. Бу сифатлар раҳбарнинг роли ҳақидаги тасаввурларни шакллантиришга имкон беради. Айниқса раҳбарнинг қўл остидагилар ҳақидаги тасаввури, уларнинг қизиқиши ва интилишлари ҳақидаги фикри ахамиятли бўлиб, уларнинг ҳулқ атвори, одоби, ҳаёти ва келажаги олдида масъулдир. Шахснинг жамоага таъсири лидерлик, раҳбарлик каби тушунчалар орқали ифода қилиниши мумкин. Лекин, раҳбарлик ва лидерлик бир - биридан фарқ қилади. энг асосий фарқи шундаки, раҳбар жамоада расмий муносабатларни, лидер эса жамоа ичидаги маълум бир гуруҳларда, маълум бир йўналишлар бўйича норасмий муносабатларни мувофиқлаштиради ва бошчилик қилади. Лидер гуруҳнинг шундай аъзосики, у гўёки барча гуруҳий жараёнларнинг бошида туради ва ҳулқи билан ўзгаларга таъсир қила олади. Лидер маълум бир гуруҳда, маълум бир йўналишда шундай мавкега эга бўладики, у ўзидаги айрим ижобий ва кучли фазилатлари

туфайли турли муносабатларда обрў орттирган шахсдир.

У аслида раҳбарликка даво қилмайди, лекин юриш – туришлар кўпчиликка маълум бўлганлиги сабабли уни одамлар сайловларда танлашлари ёки раҳбарликка захира танлашда уни номзодини қўйишлари мумкин.

Бир жамоада расмий ва норасмий гуруҳлар мавжуд бўлиши мумкин, шунга кўра расмий сайланган ёки тайинланган раҳбарлар ва бир нечта лидерлар бўлади. лидерлар ўз хусусиятлари ва қобилиятлари, йўналишларига кўра бир-биридан фарқ қилади. Жамоада меҳнат ва ўқиш фаолияти мақсабларини ҳаммадан кўра олдин тушунган – ишчан лидерлар, бошқачаси иш ўргатадиган, ишнинг кўзини биладиган – интеллектуал лидер яна бири одамлар кайфиятини кўтарувчи, уларни руҳан қўллаб қувватловчи эмоционал лидер, яна бири спортга қизиқадиган, спортнинг маълум бир йўналиши бўйича лидер бўлиши мумкин. Лидерларнинг ҳаётий ва таъсир этиш даврлари вақтинчалик жараён бўлиб, вазият ўзгарганда фаолият жараёнининг моҳиятига кўра лидерлар бир-бирига жой бўшатадилар.

Шундай қилиб, лидерлик объектив гуруҳнинг аниқ бир мақсад ва вазибаларини амалга оширишдаги фаоллик натижасидир. жамоани умумий манфаатларни ифодаловчи мақсадини амалга оширишда барча шахсларда фаоллик ва лаёқат мавжуд бўлади, лекин улар нинг фаолияти самарали бошқарилмаса, жамоада терли хил норасмий гуруҳлар ва муассасанинг ривожланишига салбий таъсир кўрсатувчи лидерлар ҳам вужудга келиши мумкин. Шунинг учун раҳбарлар ўз ходимларини фаолиятини доимий назорат қилиши, адолатли баҳолаш, ишларни ишларни ҳамкорликда ташкил эта олиши, муаммо ва зиддиятларни ўз вақтида бартараф этиши, уларни самарали фаолият кўрсатишлари учун педагогик шароитларни яратиб беришлари зарур.

Раҳбарлик услублари ва унинг мазмун-моҳияти раҳбар ўзининг бошқарув фаолиятида афзал билган ва асосланган барча усуллар ва ҳаракатнинг тактика ва стратегияларидан ташкил топган тизимдир. Раҳбарлик услуби – бу раҳбарнинг ходимларга нисбатан таъсир кўрсатиш ва кўзланган мақсадга эришишида ходимлар билан бўлган ўзаро муносабатлардаги одатий ҳаракатлар бўлиб, қуйидагиларга асосан аниқланади:

- қарорлар қабул қилиш жараёнида ходимларнинг иштирок этиш дажараси;

-ҳодимларнинг маълумотлар ва ахборотлар билан таъминланиши; - раҳбар томонидан қўлланилаётган услублари, яъни, у ёки бу масалани ҳал қилишда унинг ўзига хос ёндашиши.

Демак, етакчилик (лидерлик) – бу одамларни маълум тарзда ўзини тутишга мажбур этиб, уларнинг ҳати - ҳаракатига таъсир этишда раҳбар томонидан қўлланадиган воситадир. Ташкилот шароитида сардорликка нисбатан бир қанча нуқтаи-назар мавжуд. Улардан бири сардорлик услубидир. Сардорлик услуби менежернинг дунёқарашини, ходимларга муносабатини, ўз ўзига баҳо беришини акс эттиради. Менежер қўллайдиган сардорлик услубидан мақсадларга эришишда ишловчилар куч ғайратини йўналтириш, низоли ҳолатларни ечиш катта боғлиқ.

Коллеж раҳбари педагогик жамоадаги норасмий етакчиларни ҳам билиши ва бу норасмий лидерлар билан алоҳида, ўзига хос шахслараро муносабат ўрнатиши муҳимдир. Жамоадаги лидерлар икки хилда бўлади: Ижобий лидерлар ва салбий лидерлар.

Салбий лидерлар: жамоанинг жипслигига путур етказади, улар кўпинча ҳамма ишдан (жумладан коллеж раҳбарларининг фаолиятидан ҳам) норози, ўз атрофига раҳбарлардан норозиларни тўплайди, педагогик жамоанинг ҳамкорлигига, бирлигига тўсқинлик қилади, одамларни раҳбарларга, уларнинг ишига ва қарорларига қарши қўяди.

Ўзининг «маҳмаддонали» ги, одамларнинг ички кайфиятини билиш қобилияти билан раҳбарларга муҳолифатдаги кишиларни ўз томонига оғдира олади. Айниқса, катта ва кичик йиғилишларда у раҳбарнинг обрўйини тўкишга ҳаракат қилади. Уларнинг танқиди ноқонструктив (носоғлом) бўлиб, жамоада раҳбарларга нисбатан салбий фикр ҳосил этишга йўналтирилгандир.

Ижобий лидер: жамоани жипслаштирувчи, ўзаро ҳамкорликни кўллаб-қувватловчи, қийин аҳволга тушганларга ёрдам беришга ҳар доим тайёр, раҳбарларга ҳайрихоҳ бўлиб, педагогик жамоани бошқаришга ҳар томонлама ёрдам беради.

Ижобий лидерлар ҳар хил тарзда бўлиши мумкин. Улар кўпинча жамоа ичида яққол ажралиб турадилар, шунинг учун ҳам уларни “Жамоа юлдузи” деб аталади. Улар гапга чечан, коммуникатив қобилияти юқори, яъни атрофдагиларнинг диққатини ўз фикри ва гапларига жалб қила олади. У жамоадаги келишмовчиликлар ва низоларни осонлик билан тнчлантира олади. Одамларнинг, кайфиятини руҳий ҳолатини тез аниқлай олади ва шунга қараб муносабатда бўлади.

Уларнинг танқидий чиқишлари кўпинча конструктив (соғлом танқид) бўлиб, раҳбар бу маслаҳатлар ва танқидий фикрларни эътиборга олиши расмий лидерлар (раҳбарлар) ва норасмий лидерлар ўртасидаги ўзаро муносабатларни, ҳамкорликни мустаҳкамлайди. Раҳбарлар норасмий лидерларнинг ўта фаоллигидан (улар жисмонан, ижтимоий руҳий, интеллектуал жиҳатдан ўта фаол бўладилар), жамоага ижобий таъсиридан, одамларга таъсир эта олишидан фойдалансалар бўлади. Айниқса бундай лидерларни расмий лидерлик лавозимида тайинлаш иш самарадорлигини яхшилайдди.

Раҳбар ижобий лидерлардан, ҳатто салбий лидерлардан ҳам (зарур ҳолларда) уларга ишонч билдириш, ҳар хил топшириқлар бериш, уларга масъулятли вазифалар бериш ва бошқа усуллар билан фойдаланиши, ўз томонига “ағдариб” -олишга ҳаракат қилиши керак. Умуман олганда

лидерларда юқорида кўрсатганимиздек, атрофдагиларга ижобий ёки салбий таъсир этувчи, кучли ижтимоий, жисмоний, руҳий, интеллектуал имкониятлар мавжуд. Бу “энергия” дан жамоанинг ижодий, ўзаро ҳамкорликда, самарадор фаолият кўрсатишида ҳамда жамоани бошқаришда фойдаланиш раҳбарнинг бошқариш маҳоратига боғлиқдир. Баъзан раҳбар учун (айниқса ёш ва яқинда лавозимга тайинланган раҳбарга) норасмий лидерларни аниқлаш қийинчилик туғдиради, айнақса педагогик жамоа яқинда ташкил топган бўлса.

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ

1. Раҳбарнинг иш услуби нима?
2. Авторитар раҳбар билан демократик раҳбарнинг қандай фарқлари мавжуд?
3. Либерал раҳбарга изоҳ беринг?
4. Гуруҳнинг самарасига қайси факторлар таъсир қилади?
5. Бошқариш ва етакчилик орасидаги фарқ нима?
6. Салбий лидерлар билан ижобий лидерлар фарқини айтинг?

4-МАВЗУ: КАСБ-ҲУНАР ТАЪЛИМИ ТИЗИМИДА МАРКЕТИНГ ХИЗМАТИ КЎРСАТИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

4.1.Маркетинг тушунчаси ва унинг тамойиллари

4.2. Таълим хизматлари маркетинги тушунчаси, мақсади ва вазифалари.

4.3. Таълимда маркетинг тадқиқотлари тушунчаси ва унинг йўналишлари

4.4.Таълим муассасасининг маркетинг муҳити

Таянч сўзлар: маркетинг, маркетинг тамойиллари, таълим хизматлари, маркетинг тадқиқотлари, маркетинг муҳити, макромуҳит, микромуҳит, демографик омиллар, сиёсий омиллар, иқтисодий омиллар, техник омиллар, ижтимоий омиллар.

4.1. Маркетинг тушунчаси ва унинг тамойиллари

«Маркетинг» тушунчасини ифодаловчи таърифлар жуда кўп бўлиб, умумий маънода маркетинг (ингл. marketing — сотув, бозор савдоси) бу бозорда самарали фаолият кўрсатишнинг мужассамлашишидир.

Маркетинг соҳасида бутун дунёга машҳур мутахассис Филипп Котлер қуйидаги таърифни беради: *«Маркетинг – инсон фаолиятининг талаб ва эҳтиёжларни айирбошлаш ёрдамида қаноатлантиришга йўналтирилган туридир».*

Питер Друккернинг фикрча: *«Маркетинг мақсади – таъминот бўйича оврагарчиликларни йўққа чиқаришдан иборат. Унинг мақсади – мижозни шу қадар яхши ва англаш ва тушунишга қаратилганки, бунда товар ёки хизмат мижоз учун мутлақо мос келиб, сотувни ўзи учун ўзи*

амалга оширади».

Бу атама дастлаб 1902 йилда АҚШда пайдо бўлиб, бу атамадан жаҳоннинг кўпгина мамлакатлари фойдалана бошладилар. Маркетинг “marketing” – “бозор билан боғлиқ фаолият” маъносини англатади. Лекин бу тушунчанинг маъноси жуда кенгдир.

Америка Маркетинг Ассоциациясининг 1985 йилда маркетингга берган таърифи эса уйидагича: «Маркетингнинг моҳияти инсонлар ва ташкилотлар талабини қондириш мақсадида товар ва хизматлар ишлаб чиқаришни режалаштириш ва уни амалга ошириш, нарх белгилаш, товарлар ҳаракати ва сотилишини уюштиришдир».

Маркетинг – айирбошлаш йўли билан эҳтиёж ва талабларни қондиришга йўналтирилган инсон фаолиятининг тури, бозордаги барча қатнашчиларнинг ўзаро манфаатларига асосланган ҳаракатларини, талабни шакллантириш ва қондириш учун бирлаштиришдир.

Маркетинг XIX асрнинг охири ва XX аср бошларида харидор талабини қондиришга мўлжалланган, корхоналарнинг ишлаб чиқариш-сотиш, савдо фаолиятларини ташкил қилиш ва бошқариш тизими сифатида пайдо бўлган. Ишлаб чиқариш ва умуман хўжалик юритишга маркетинг нуқтаи назаридан ёндашиш харидорга таъсир қилишнинг кенг жабҳаларини ўз ичига олади. Бу бозор учун бўлган рақобат курашининг ўзига хос хусусиятларини аниқлашга олиб келади. Бозор доирасида сабаб-натига алоқаларини таҳлил қилишнинг махсус усулларини қўллаб, харидорлар талаби, эҳтиёжи, диди ва таъби тўғрисида ахборотлар топиб, корхона ва ташкилотлар, маркетинг концепцияси у ёки бу товарга ва хизматга харид қизиқишини шакллантириш учун иқтисодий, ташкилий, техник ва ижтимоий йўналишларни ташкил қилади. Улар талабни мумкин бўлган ривожланиш истиқболини аниқлайдилар, уни мақсадли йўналишини шакллантириш учун қарорлар қабул қиладилар ва кўрилган тадбирлар самарадорлигини албатта назорат қиладилар.

Харид масалага маркетингли ёндашишдаги ҳар томонлама таҳлилнинг ўзига хослиги, бозордаги юз берадиган жараёнларни ҳисобга олишгина эмас, балки ишлаб чиқариш корхоналари, товарларни етказиб берувчи воситачилар, улгуржи ва чакана савдо корхоналари ва улар билан боғлиқ бошқа барча ташкилотларнинг бозор бўғинлари тизимидаги оператив ва узоқ вақтга мўлжалланган аниқ мақсадларини ўзгаришини таҳлил қилишдир. Маркетинг хўжаликнинг маълум бир тармоғига, масалан ишлаб чиқаришга ёки савдога таъллуқли деб ўйлаш нотўғри бўлур эди. У бозорга хизмат кўрсатувчи барча хўжалик субъектларини ўз ичига олади ва улардан биргаликда ва яхлит фойдаланилганда, биргаликдаги фаолиятнинг сўнгги натижаси учун умумий стратегик йўналиши мавжуд бўлган ҳолдагина унинг восита ва усуллари самарали натижа беради.

Маркетинг соҳасидаги адабиётларда асосан маркетингнинг тўртта мақсади келтирилади. Булар қуйидагилар ҳисобланади:

1. Мумкин бўлган максимал юқори истеъмолга эришиш.
2. Истеъмолчиларнинг талабининг максимал қондирилишига эришиш.
3. Истеъмолчиларга кенг ассортиментдаги товарларни танлашига имконият яратиш.
4. Аҳоли турмуш даражаси сифатини ошириш. Мумкин бўлган максимал юқори истеъмолга эришиш.

Демак, маркетингнинг мақсади фақат мумкин бўлган максимал истеъмолга эришишдангина иборат эмас экан. Истеъмолчиларнинг талабининг максимал қондирилишига эришиш. Бу нуқтаи назарга мувофиқ маркетинг тизимининг асосий мақсади мумкин бўлган максимал юқори истеъмолга эришиш эмас, балки истеъмолчиларнинг талабини максимал қондиришдан иборатдир. Бу дегани товар массаси истеъмоли кўп бўлсада, у бирон-бир аҳамиятга эга бўлмаслиги мумкин. Уларнинг аҳамиятлилиги, товар массасининг кўплиги билан эмас, балки бу товар массаларининг қанчалик даражада истеъмолчиларнинг талабини қондира олиши билан

ўлчанади. Афсуски, истеъмолчиларнинг талабининг қондирилиш даражасини ўрганиш то ҳозирги кунгача муаммолигича қолмоқда. Истеъмолчиларга кенг ассортиментдаги товарларни танлашга имконият яратиш. Баъзи бир бозор мутахассислари маркетинг тизимининг асосий мақсади товарлар хилма-хиллигини максимал таъминлаш ва истеъмолчиларнинг кенг ассортиментдаги товарларни танлашига имконият яратишдан иборатдир деб ҳисоблайдилар.

Маркетингнинг асосий мақсади, унинг вужудга келиш, шаклланиш ва ривожланишининг объектив сабаблари, зарурати билан белгиланади. Юқорида қайд қилинганидек, маркетинг энг аввало товарлар тўпланиб, сотилмай қолган ва иқтисодиёт инқирози кучайган шароитда, уни шу инқироздан чиқариш қуроли сифатида ихтиро қилинган, яратилган экан. Унинг мақсади ниҳоятда кенг ва мураккаб масалаларни ҳал қилишга қаратилгандир. У ишлаб чиқаришни харидор эҳтиёжига мослаштириб, талаб ва таклифни мувозанатига эришган ҳолда, уни ташкил этган корхона, ташкилотларга юқори фойда келтиришдир. Бунга эришиш учун маркетинг кўйидаги муҳим вазифаларни ҳал этмоғи лозим:

- харидорлар (истемолчилар) эҳтиёжини ўрганиш ва аниқлаш;
- товарларга бўлган ички ва ташқи талабларни ўрганиш;
- корхонанинг фаолиятини харидорлар эҳтиёжига мослаштириш;
- аввало талаб ва таклиф тўғрисида олинган маълумотлар асосида бозорни ўрганиш;
- товарлар рекламасини ташкил этиш, харидорларни товарларни сотиб олишга қизиқишини ортириш;
- товар яратувчи ёки уни сотувчи корхона тадқиқотларини амалга ошириш учун маълумотлар тўплаш ва таҳлил қилиш;
- товарни бозорга чиқаришдаги барча хизматлар тўғрисида маълумотлар олиш;

тўлдирувчи товарлар ва ўрнини босувчи товарлар тўғрисида

ахборотлар йиғиш;

- товарларга бўлган талабни истиқболлаш, уларни амалга оширишни назорат қилишдан иборатдир.

4.2. Таълим хизматлари маркетинги тушунчаси, мақсади ва вазифалари

Таълим хизматлари деганда инсон фаолиятининг муайян билимлар йиғиндисини олиш натижасида қўлга киритилган фойдали самарани, шахсий ва ижтимоий эҳтиёжларни қондирувчи, бозор ва нобозор муносабатларни мужассамловчи аралаш неъматни тасаввур этамиз. Таълим хизматларини тадқиқ қилишда классик ёндашувни қўллаш унинг қуйидаги хусусиятларини аниқлаш имконини беради:

- хис этмаслик;
- манбадан ажралмаслик;
- номунтазамлик (гетерогенлик);
- сақланиб қолмаслик;
- мулк ҳуқуқини йўқлиги.

БМТнинг ЮНЕСКО ташкилоти “таълим” атамасига ўзида таълимга бўлган эҳтиёжни қондириш мақсадларида амалга ошириладиган, аниқ мақсадга йўналтирилган ва мунтазам фаолиятнинг барча турлари маъносини ифода этади деган таъриф беради.

Ер юзида маркетингнинг 1000 дан ортиқ таърифи мавжуд. Мазкур таърифларнинг қуйидаги таҳриридан фойдаланиш мақбул: «Таълим хизматлари маркетинги бошқарув жараёни бўлиб, у истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини башорат қилиш ва қаноатлантиришни ўз ичига олади ҳамда таълим муассасасининг барқарор ривожланишини таъминлайдиган даражада фойда олинишига эришиладиган тарзда ривожлантиришни кўзда тутди». Ушбу таъриф маркетинг ўз ичига қандай жараёнларни олишини

ва қандай мақсадларга интилишини тушуниб олиш имконини беради.

Таълим хизматлари барча хизматлар учун хос умумий жиҳатлар билан биргаликда бошқа хизматлардан фарқловчи қуйидаги ўзига хос жиҳатларига эга: таълим хизматларини индивидуаллаштириш; таълим хизматларининг аралаш неъмат сифати мавжуд бўлиши; таълим хизматларининг умумийлиги; уларни ишлаб чиқаришга нисбатан узоқ давом этиши; таълим хизмати кўрсатишга ҳақ тўлашни нормалашни қийинлиги; истеъмолчи ёшининг таълим хизматлари миқдор – сифат даражасига мувофиқлиги; ижтимоий истеъмол.

Бугунги кунда таълимда маркетинг тушунчасига қуйидаги замонавий ёндашувлар мавжуд:

- Таълим хизматларига йўналтирилган маркетинг, бунда таълим муассасасининг фаолияти янги таълим хизматлари кўрсатишга ёки мавжуд хизматларни такомиллаштиришга қаратилади.

- Истеъмолчиларга йўналтирилган маркетинг, бунда таълим муассасасининг фаолияти истеъмолчиларнинг, яъни иш берувчи ва меҳнат бозори эҳтиёжларини қондиришга қаратилади.

- Таълим маҳсулотларига йўналтирилган маркетинг, бунда таълим муассасаси педагог кадрларининг меҳнат фаолияти натижасида юзага келадиган, алоҳида ёки таълим жараёнида фойдаланиш мумкин бўлган маҳсулотлар (дарслик, ўқув қўлланма, дидактик материаллар ва шу кабилар) такомиллаштиришга қаратилади.

Таълим хизматлари маркетинги бу таълим оловчиларнинг муайян сифат ва хусусиятларини шакллантиришга қаратилган таълим мақсадларига эришишда таълим жараёнида амалга ошириладиган тадбирлар мажмуасига кўрсатиладиган хизматлардир.

Таълимда маркетингнинг мақсади:

- Истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини максимал даражада қондирилишига эришиш;

- Истеъмолчилар талабининг максимал қондирилишига эришиш;

- Истеъмолчиларга таълим хизматларидан фойдаланишни танлашига имконият яратиш;

- Жамиятнинг интеллектуал салоҳиятини ошириш.

Таълим хизматлари маркетингининг асосий вазифалари қуйидагилар ҳисобланади:

- Таълим хизматлари бозорини тадқиқ этиш ва баҳолаш, унинг ўзгаришларини назорат қилиш;

- Таълимнинг истиқболли йўналишларини аниқлаш, кўрсатиладиган таълим хизматларининг ҳажми ва турларини аниқлаш;

- Рақобатчи таълим муассасалари тўғрисида маълумотлар тўплаш ва таҳлил қилиш;

- Истеъмолчиларнинг ўқишга бўлган талабини ва уларни қаноатлантириш имкониятларини баҳолаш;

- Ижтимоий ҳамкорликни ривожлантириш йўллари, сифатли таълим хизматлари курсатиш усулларини аниқлаш;

- Таълим хизматларидан фойдаланиш жараёнида сервис хизматларни амалга ошириш;

- Нархни шакллантириш сиёсати ва стратегиясини ишлаб чиқиш;

- Таълим хизматлари рекламасини ташкил этиш.

Таълим хизматлари соҳасидаги маркетингининг асосий тамойиллари:

- Таълим муассасаси ресурсларини бозорнинг танланган сегментидаги истеъмолчилар талабини ҳисобга олган ҳолда рақобатбардош таълим хизматларини кўрсатишга йўналтириш;

- Таълим хизматлари сифатини мутахассис кадрларга бўлган талабни қондириш чораси сифатида баҳолаш.

Таълим хизматлари бозори амал қилиш механизми талаб, таклиф, нарх ва рақобатнинг ўзаро муносабатда бўлишини тақозо этади, бунинг натижасида кишилар таълим ишлаб чиқариш жараёнига жалб этилади, таълим хизматларини истеъмол қилиб, ушбу хизматларга бўлган эҳтиёжни қондирадилар.

Таълим хизматлари бозорининг амал қилиш механизмини қуйидагича тасаввур этиш мумкин: таълим хизматлари истеъмолчилари, одатда меҳнат бозорида талаб бўлмаган касбдаги кадрларига ўқиш учун ҳақ тўлашга мойил эмаслар. Бу ҳол таълим муассасаларини бундай ихтисосликлар бўйича кадр тайёрлашни қисқартиришга мажбур этади. Аксинча, агар меҳнат бозорида мақбул ҳолатни эгаллаш имконини берадиган таълим хизматларига талаб катта бўлса, таълим муассасалари ушбу касблар бўйича кадрлар тайёрлашни амалга оширишади.

Таълим хизматлари бозоридаги талаб деганда, биз харидорларнинг муайян миқдор ва сифатидаги таълим хизматларига тўлов қобилиятига эга эҳтиёжни тушунилади. Ушбу бозордаги талаб уни бошқа бозорлардаги талабдан фарқловчи ўзига хос хусусиятларга эга.

Таълим хизматларига талаб нарх билан боғлиқ бўлмаган ва нарх омиллари таъсирида шаклланади.

Нарх билан боғлиқ бўлмаган омилларга қуйидагиларни киритишимиз мумкин:

- истеъмолчиларнинг эҳтиёжини қондириш учун таълим хизматларининг бирон – бир турини афзал кўриш, таълимга талаб мамлакатдаги ижтимоий – иқтисодий вазият, ижтимоий, тарихий ва психологик омиллар, оила анъаналари таъсирида шаклланади:

- таълим хизматлари истеъмолчисининг даромади. Истеъмолчи даромадининг камайиши таълим хизматларини истеъмол қилишни чеклашга олиб келади. Истеъмолчи томонидан нуфузли маълумот олишни устувор мақсад қилиб қўйилса, у таълим хизматларидан фойдаланиш эҳтиёжини қондириш учун бошқа товарлар ва хизматларга қилинадиган харажатлар ҳажмини қисқартиришга мажбур бўлади; истеъмолчилар кутган нарсалар.

Талабга таъсир этувчи, нархга боғлиқ бўлмаган қатор омиллар фақат таълим хизматлари бозорига хос бўлади. Улар жумласига

қуйидагиларни киритиш мумкин:

- муайян минтақада жойлашган олий ўқув юртлари миқдори. Ушбу минтақада олий ўқув юртлари сони қанча кўп бўлса ва бозорда турдош ихтисосликлар қанчалик кўп таклиф этилса, алоҳида олинган ташкилотда талаб ҳажми шунча кам бўлади.

- таълим муассасасининг нуфузи ва мақоми. Таълим хизматлари бозорида ҳар бир истеъмолчи олий ўқув юртининг мақоми ва бошқа таълим муассасалари ўртасидаги мавқеи профессор - ўқитувчилар таркибида миқдори, сифати томонидан устун даражада белгиланадиган малакали хизматдан баҳраманд бўлишга интилади. Шундай қилиб, таълим муассасасини нуфузи қанча юқори бўлса, таълим хизматлари истеъмолчиларининг унга бўлган талаби мутаносиб равишда юқори бўлади.

Таълим хизматлари бозоридаги таклиф деганда, олий ўқув юртлари томонидан маълум давр мобайнида муайян нархда кўрсатиши мумкин бўлган маълум сифатдаги таълим хизматлари миқдорини тушунамиз. Таълим хизматлари таклифи таълим муассасаларининг ўқув ўринларини тўлдириш эҳтиёжини кўрсатади.

Таълим хизматлари таклифи дастлаб, таклиф қилинаётган хизматлар нархи билан миқдори ўртасидаги бевосита алоқани акс эттирувчи нарх омиллари таъсирида шаклланади ва таълим хизматларини нархи қанча юқори бўлса, улар таклифининг ҳажми шунча катта бўлади.

Таълим хизматлари таклифини белгиловчи нарх ва нархга боғлиқ бўлмаган омилларни ажратиш мумкин.

Таълим хизматлари бозоридаги таклифнинг хусусияти шундан иборатки, ушбу хизмат кимгадир тўғридан - тўғри йўналтирилмаган. Ўқув юртларининг конкрет истеъмолчиларга ўз таълим хизматларини таклиф қилиш бюджетдан зарур молиявий маблағ олиш учун мутасадди давлат бошқарув органларига йўналтирилган таклиф билан ўзаро боғлиқ бўлиб унга қўшилиб кетади.

Таклиф сифатида аниқ таълим хизмати эмас, балки унинг ҳар бир хўжалик субъекти томонидан қийматига қараб турлича қабул қилинадиган образи таълим хизматларининг характерли хусусияти сифатида мавжуд бўлади. Талаб ва таклиф маълум ихтисослик бўйича таълим хизматлари ортиқчалиги ёки танқислигини вужудга келтириб, миқдор ва сифат жиҳатдан аксарият ҳолларда бир – бирига мос тушмайди. Ўқиш тўғрисидаги тўлов- шартномаси ҳужжатли расмийлаштирилганидан кейингина таълим хизматлари сотувчилари ва харидорларнинг манфаатлари бир – бирига мос келишига эришилади.

Таълим хизматларининг тўлов - шартномаси битими негизда уларнинг қиймати ва истеъмол қийматининг пулдаги ифодаси сифатида нарх ётади. Бирон – бир таълим хизматлари нархнинг мувозанати талаб ва таклифнинг бозор нисбати билан белгиланади. Сотувчиларнинг таълим хизматлари таклифи билан харидорлар талаби ўртасидаги фарқ нархдаги ўзгаришни келтириб чиқаради. Бу ўзгариш пировард натижада, бир – бирига қарама – қарши ушбу икки таклифни ўзаро мувозанатга келтириш йўли билан мантиқий яқунига етказади.

Таълим хизматларининг энг паст нархи уни ишлаб чиқаришга қилинган харажатдан келиб чиқиб белгиланади ва ушбу хизматнинг ишлаб чиқарувчиси – таълим муассасаси томонидан белгиланади.

Энг юқори нарх эса истеъмолчиларнинг талабларидан келиб чиқиб белгиланади. Умуман, таълим бозорида нарх шаклланишига қуйидаги омиллар жиддий таъсир кўрсатади: таълим муассасасининг нуфузи, таклиф этилаётган таълим хизматлари сифати, рақобатчилар томонидан белгиланадиган таълим хизматлари нархи, ушбу олий ўқув юртида тайёрланган кадрларга меҳнат бозорида бўлган талаб ва ҳ.к.

Таълим хизматлари бозори моҳиятининг назарий таҳлили унинг бирлаштириш, тақсимлаш, ахборот бериш, рағбатлантириш, табақалаштириш ва ижтимоий функцияларини ажратиш имконини беради.

Таълим хизматлари бозорини бозор иқтисодиётининг ўзига хос сегменти сифатидаги моҳияти унинг ижобий ва салбий жиҳатларини ажратиб кўрсатиш имконини яратади.

Таълим хизматлари маркетинги моҳиятини ўрганишни уни таркиб топтирувчи унсурлардан: таълим хизматлари субъектлари ва объектларидан бошлаган маъқул. Таълим хизматлари маркетинги субъектлари сирасига, қоидага кўра: таълим муассасалари, хизмат истеъмолчилари, бозорда таълим хизматларини илгари суриш фаолиятини амалга оширувчи ташкилотлар ва тузилмалар киритилади. Ҳар турли истеъмолчилар ҳар хил талабга эга ва турлича товарлар ва хизматларни харид қилишни исташади. Шу муносабат билан ҳар қандай таълим муассасаси ўзининг маркетинг фаолиятини аввало истеъмолчиларнинг ана шундай мақсадли гуруҳларига мўлжаллаб олиб боради.

Бозорни бўғинлаштириш (сегментациялаш) маркетинг фаолиятининг энг муҳим йўналишларидан бири ҳисобланади ва қоидага кўра, чекланган миқдордаги ўз маблағлари ва ресурсларини ўқитишнинг муайян йўналишлари бўйича марказлаштириш, ўз эътиборини эҳтиёжларини энг кўп миқдорда қаноатлантириши аниқ бўлган миқдорларнинг муайян гуруҳига қаратиш имконини беради.

«Бозор сегментацияси» атамасини Уэнделл Смит 1950-йилларда АҚШ да кенг тарқалган ишлаб чиқариш стратегияси билан боғлиқ ҳолда биринчи бор қўллади. Бу стратегия потенциал истеъмолчилар гуруҳлари орасида аниқланган талабларга кўра ишлаб чиқарувчилар ўз товарларининг сифат тавсифларини модификациялашдан иборат. Шунинг учун истеъмолчилар ва уларнинг истаклари, афзал кўрадиган нарсаларини яхшироқ тушуниш мақсадида уларни аниқ гуруҳларга бўлиш керак. Бу гуруҳларнинг вакиллари умумий ижтимоий белгиларни: жинс, ёш, даромад, маълумот, эътиқод ва ҳоказоларни ўзида ташувчилар ҳисобланади ва бозор кўзгатувчиларига (товар, баҳо, дизайн, ўрам, реклама ва бошқалар) бир хил таъсиротда бўладилар. Ижтимоий умумий

белгиларни ўзида ташувчи истеъмолчилар бозорнинг муайян сегментини ташкил қилади. Бунда бозорни турли хил белгилар бўйича алоҳида бўгин (сегментлар)га бўлиш жараёни сегментация деган номни олди. Бундай белгилар сифатида истеъмолчи ва товарларнинг тавсифлари, истеъмолга ундовчи сабаблар, тақсимлаш каналлари ва бошқалар ишлатилади. Амалиётда белгаларнинг ҳар хил бирикмалари қўлланилади. Бозор сегментлари истеъмолчилар талабининг хусусиятлари ва корхонанинг маркетинг ҳаракатларига таъсир жавобини бериш уларнинг реакциялари бўйича ўзаро фарқланади.

Умуман олганда, бозор сегментацияси (БС) талабни ойдинлаштириш ва дифференциаллаш, унинг таркибини кўриш, пировард натижада эса маркетинг стратегиясининг ва тактикасининг энг оптимал вариантини танлаш имкониятини беради.

Одатда, сегментация жараёни икки босқичда амалга оширилади. **Макро-сегментация** деб номланадиган биринчи босқичда «товар (ёки товарлар гуруҳлари) бозори» аниқланади. **Микро-сегментация** деб номланадиган иккинчи босқичда эса илгари аниқланган бозор ичида истеъмолчилар сегментлари аниқланади.

Таълимда маркетинг тадқиқотлари тушунчаси ва унинг йўналишлари.

Таълим хизматлари маркетинги бу – маркетинг соҳасидаги янги, ҳали тўлиқ шаклланмаган йўналиш бўлиб, уни таълим сифатини бошқаришнинг инновацион усули деб баҳолаш мумкин. Яъни, таълимда маркетинг таълим муассасаларининг сифатли таълим хизматлари кўрсатиш бўйича мавқеини ошириш, унинг меҳнат бозоридаги фаолиятини бошқариш, истеъмолчиларнинг талаб ва эҳтиёжлари асосида кадрлар тайёрлаш каби масалаларни ҳал этади. Бу ўз навбатида қуйидаги бири-бирига ўзаро боғланган ва бири иккинчисини тўлдириб борадиган таълим хизматлари истеъмолчиларининг эҳтиёжини қондирилишини таъминлайди:

- ШАХСнинг сифатли таълим хизматларидан қониқиши;
- ТАЪЛИМ МУАССАСАларининг таълим хизматлари кўрсатиш бўйича имкониятларининг кенгайтиб бориши;
- ИШ БЕРУВЧИларнинг сифатли кадрларга бўлган талабининг қондирилиши;
- ЖАМИЯТнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши, интеллектуал потенциалнинг ошиши.

Маркетинг фаолиятининг моҳиятидан келиб чиққан ҳолда, таълимда маркетинг хизматининг асосий субъектлари сифатида қуйидагиларни қайд этишимиз мумкин:

- ишлаб чиқарувчилар (таълим муассасалари ва уларда фаолият кўрсатувчи мутахассислар, педагоглар);
- воситачилар (ҳокимият вакиллари, бандликка кўмаклашувчи марказлар)
- таълим хизматлари истеъмолчилари:
- ўқувчилар ва ота-оналар;
- ташкилот ва корхоналар;
- олий таълим муассасалари;
- давлат, жамият.

Таълим муассасаларининг самарали фаолият юритиши ва сифатли таълим хизматлари кўрсатишини таъминлашда таълим тизимида маркетинг тадқиқотларини олиб боришнинг ўрни беқиёс. Бироқ, республикамиз таълим соҳасида маркетингдан фойдаланишнинг илмий асослари ҳали тўлиқ яратилмаган. Шу боис, бугунги кунда меҳнат бозори эҳтиёжи асосида кичик мутахассислар тайёрлаш ва уларнинг бандлигини таъминлашда бир қатор муаммолар мавжуд.

4.3. Таълимда маркетинг тадқиқотлари тушунчаси ва унинг йўналишлари

Таълимда маркетинг тадқиқотлари - бу таълим тизимида маркетинг хизматига доир муаммолар бўйича маълумотларни тўплаш, қайд этиш ва таҳлил қилиш жараёнидир. Шу нуқтаи назардан, таълим тизимида маркетинг фаолиятини йўлга қўйишдан аввал, меҳнат бозорининг ҳозирги ҳолати, истеъмолчиларнинг талаби ва рақобатчилар ҳақида маълумотлар йиғиш ва таҳлил қилиш, яъни маркетинг тадқиқотларини ўтказиш зарур.

Таълимда маркетинг тадқиқотлари олиб бориш таълим муассасалари олдига қуйидаги вазифаларни ҳал этишни талаб этади:

1. Меҳнат бозори эҳтиёжини комплекс тадқиқ этиш.
2. Таълим хизматлари истеъмолчилари (давлат, иш берувчилар) талабларини ўрганиш ва таҳлил этиш.
3. Сифатли таълим хизматлари кўрсатиш бўйича талабларни кондира олувчи педагоглар салоҳиятини таҳлил этиш.
4. Таълим муассасасининг тегишли таълим хизмати кўрсатиш бўйича моддий-техник базаси ва ўқув-услубий таъминоти бўйича имкониятларини таҳлил этиш.
5. Таълим муассасининг худудий жойлашуви, шарт-шароитлари ва ривожланиш имкониятларини таҳлил этиш.
6. Сифатли таълим хизмати кўрсатилишини таъминлаш (таълим сифатининг доимий мониторингини ўтказиб бориш ва натижаларини таҳлил этиш).
7. Рақобатчи таълим муассасалари ҳақида маълумотлар тўплаш.
8. таҳлил этиш ва рақобатда устунликка эришиш йўлини белгилаш.
9. Пулли таълим хизматлари кўрсатишни йўлга қўйиш ва бюджетдан ташқари маблағ топиш фаолиятини жадаллаштириш.

10. Таълим муассасасининг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш.

Юқоридаги вазифаларни ҳал этишда таълим муассасаларига ҳомий ва васий ташкилотларнинг амалий ёрдам кўрсатишлари, бунда таълим муассасаси раҳбарларининг ҳомийлик ва васийлик кенгашларининг мунтазам фаолият кўрсатишини таъминлаши муҳим ўрин тутати

Маркетинг тадқиқотларнинг йўналишлари доим кенгайиб боради. Бироқ қуйидаги йўналишлардаги тадқиқотлар энг муҳим бўлиб ҳисобланади:

- Мехнат бозори сиғими ва унинг потенциали.
- Аҳоли даромадлари.
- Ўқувчиларнинг қизиқиши ва қобилиятлари, мотивацияси.
- Реклама, унинг самарадорлиги.
- Таълим хизматлари сифати ва самарадорлиги.
- Ахборот оқимлари.
- Қонунчилик томонидан тартиблаштириш ва чеклашлар.
- Ўтказиладиган тадқиқотларнинг услубиятлари.
- Ижтимоий иқтисодий ривожланишнинг асосий тенденциялари.
- Жамоатчилик алоқалари.
- Маркетинг инфраструктураси.

Маркетинг тадқиқотининг мажбурий шартлари қуйидагилар:

— *тадқиқотлар тизимли ҳарактерда бўлиши керак, шу ҳолдагина самарадорликни кутса бўлади;*

— *маркетинг тадқиқотларини олиб боришда объективлик ва аниқликка асосланган илмий ёндашишга риоя этилиши керак;*

— *маркетинг тадқиқотлари қарор қабул қилиши учун ахборот талаб этадиган маркетингнинг ҳар қандай томонига нисбатан қўлланилиши мумкин;*

— *тадқиқот* — маълумотларни тўплаш, материалларни қайд қилиш ва таҳлил қилишни ўз ичига оладиган кўп босқичли жараён;

— *маълумотлар таълим муассасасининг ўзидан, иш берувчи ташкилот ёки бошқа ижтимоий ҳамкорлардан келиб тушиши мумкин.*

Касб—ҳунар таълимида маркетинг—бу ўқув муассасалари битирувчиларининг меҳнат бозоридаги рейтингининг етарли даражада юқори бўлишини ва уларнинг мулкчиликнинг турли шаклларидаги корхоналарда ишга жойлашишлари даражасининг юқорилигини таъминловчи таълим жараёнини ташкил этиш ва амалга ошириш билан боғлиқ барча масалаларни ўрганишга қаратилган тадбирлар тизими тушунилади.

Вазирлар Маҳкамасининг 2010 йил 7 июндаги 109-сон қарори билан тасдиқланган Умумтаълим мактабларининг 9-синф битирувчиларини ўрта махсус, касб-ҳунар таълими муассасаларига қабул қилиш кўрсаткичларини шакллантириш тартиби тўғрисида НИЗОМга кўра, Ўрта махсус, касб-ҳунар таълими муассасаларига қабул қилиш кўрсаткичларини белгилашда қуйидагилар асосий вазифалар ҳисобланади:

"Таълим тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни ва Кадрлар тайёрлаш миллий дастурининг 9-синф битирувчиларини ўрта махсус, касб-ҳунар таълими муассасаларида ўқитиш билан тўлиқ қамраб олишга оид қисмини самарали амалга ошириш;

Ўзбекистон Республикаси фуқароларининг касб-ҳунар таълими олиш ҳуқуқини таъминлаш;

иқтисодиёт тармоқлари ва соҳалари ҳамда ҳудудларнинг ўрта махсус, касб-ҳунар таълими йўналишлари ва мутахассисликлари бўйича касбий тайёрланган ва талаб этиладиган мутахассисларга бўлган эҳтиёжи мувозанатини таъминлаш;

давлат манфаатларидан келиб чиқиб, касб-ҳунар маълумотли мутахассисларни тайёрлаш ва улардан фойдаланиш самарадорлиги оширилишини таъминлашга йўналтирилган мақсадлар амалга

оширилишини ҳисобга олган ҳолда ўрта махсус, касб-ҳунар маълумотли кадрларни тайёрлашга давлат харажатларининг мақбул даражасига эришиш.

Умумтаълим мактабларининг 9-синф битирувчиларини, касб-ҳунар таълими муассасаларига қабул қилиш йиллик кўрсаткичлари қуйидагиларни амалга ошириш орқали босқичма-босқич шакллантирилади:

касб-ҳунар таълими муассасаларига қабул қилиш кўрсаткичларини шакллантириш учун умумтаълим мактабларининг 9-синф битирувчилари сонини аниқлаш;

бўлажак ўқув йилига умумтаълим мактаблари 9-синф битирувчиларининг касб-ҳунар таълими муассасаларида йўналишлар ва мутахассисликлар бўйича таълим олишга бўлган талабини таҳлил қилиш;

ҳудудлар ва республика бўйича иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларининг йўналишлар ва мутахассисликлар бўйича, касб-ҳунар маълумотли мутахассислар билан таъминланганликни таҳлил қилиш ҳамда уларга бўлган эҳтиёжини аниқлаш;

умумтаълим мактабларининг 9-синф битирувчиларини академик лицейлар ва касб-ҳунар коллежларида ўқитиш билан тўлиқ қамраб олиш зарурлиги ва иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларининг, касб-ҳунар маълумотли мутахассисларга бўлган эҳтиёжи ҳисобга олинган ҳолда бўлажак ўқув йили учун ҳудудлар даражасида йўналишлар ва мутахассисликлар бўйича, касб-ҳунар таълими муассасаларига қабул қилиш тўғрисида таклифлар тайёрлаш;

республика бўйича янги ўқув йилига йўналишлар ва мутахассисликлар бўйича касб-ҳунар таълими муассасаларига қабул қилиш кўрсаткичларини аниқлаш ва кўриб чиқиш учун Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига киритиш.

Янги ўқув йилига касб-ҳунар таълими муассасаларига қабул қилиш кўрсаткичларини шакллантиришда қуйидагилар асосий мезонлар

ҳисобланади:

умумтаълим мактабларининг 9-синф битирувчилари сони;

республика ҳудудлари бўйича иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларининг касб-ҳунар маълумотли мутахассисларга камида келгуси 6 ойдан 2 йилгача эҳтиёжи;

касб-ҳунар таълими муассасаларининг зарур йўналишлар ва мутахассисликлар бўйича кадрлар тайёрлаш имкониятлари.

Ўзбекистон Республикаси Меҳнат ва аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш вазирлиги, Иқтисодиёт вазирлигининг ҳудудий бўлинмалари касб-ҳунар таълими марказининг ҳудудий бошқармалари иштирокида ҳар йили касб-ҳунар таълими муассасалари битирувчиларини сифатли тайёрлаш ва улар меҳнатидан самарали фойдаланиш бўйича ҳудудий дастурларни ишлаб чиқадилар (бундан кейин ҳудудий дастурлар деб юритилади). Ҳудудий дастурлар Қорақалпоғистон Республикаси, республика вилоятлари ва шаҳарлари (туманлари) бўйича 3 йил муддатга ишлаб чиқилади ва уларда қуйидагилар акс эттирилади:

меҳнат бозорида касб-ҳунар маълумотли малакали кадрларга бўлган жорий ва истиқболдаги талаб ва таклифлар;

тайёрлаш йўналишлари ва мутахассисликлари бўйича таълим муассасалари битирувчиларига бўлган талаб таркиби;

касб-ҳунар таълими муассасалари битирувчилари учун янги иш ўринлари яратиш параметрлари;

навбатдаги янги ўқув йили учун қабул кўрсаткичларига тузатиш киритишга оид таклифлар;

касб-ҳунар таълими муассасаларини (зарур ҳолларда) қайта ихтисослаштиришга оид таклифлар.

Битирувчиларнинг шахсий ҳужжатлар йиғмажилдини шакллантириш учун зарур бўлган ҳужжатлар рўйхати Халқ таълими вазирлиги ҳамда Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим

вазирлигининг Ўрта махсус, касб-хунар таълими маркази томонидан биргаликда белгиланади.

Умумтаълим мактабларининг директорлари ёки директор ўринбосарлари ҳар йили 30 июнгача битирувчиларнинг ҳужжатлар йиғмажилдини битирувчилар ва ота-оналар (ёки уларнинг ўрнини босувчи шахслар) иштирокида тегишли академик лицейлар ва касб-хунар коллежларининг маслаҳат марказларига топширади.

Умумтаълим мактаби битирувчисининг ҳужжатлари қабул қилинганлиги тўғрисида умумтаълим мактаби ва касб-хунар таълими муассасаси директорлари томонидан тўрт нусхада топшириш-қабул қилиш далолатномаси расмийлаштирилади.

Далолатноманинг нусхалари Халқ таълими вазирлигининг ҳудудий бўлинмаларида ва касб-хунар таълими ҳудудий бошқармаларида, умумтаълим мактаблари ҳамда академик лицейлар ёки касб-хунар коллежлари директорларида сақланади.

Касб-хунар коллежлари директорлари ҳар йили 5 июлга қадар умумтаълим мактаблари директорларидан қабул қилинган битирувчилар ҳужжатларининг йиғмажилдлари асосида ўрта махсус, касб-хунар таълими муассасаларининг тасдиқланган қабул кўрсаткичларига мувофиқ битирувчиларни қабул қилиш бўйича буйруқларни расмийлаштиради.

Маданият, санъат йўналишлари ва бошқа ижодий йўналишлар ҳамда спорт бўйича академик лицейлар ва касб-хунар коллежларида кадрлар тайёрлаш жараёнининг ўзига хос хусусиятларини инобатга олган ҳолда, Ўзбекистон Республикаси таълим муассасаларига қабул қилиш бўйича Давлат комиссияси билан келишган ҳолда қабул жараёнида ижодий имтиҳонлар ўтказилиши мумкин.

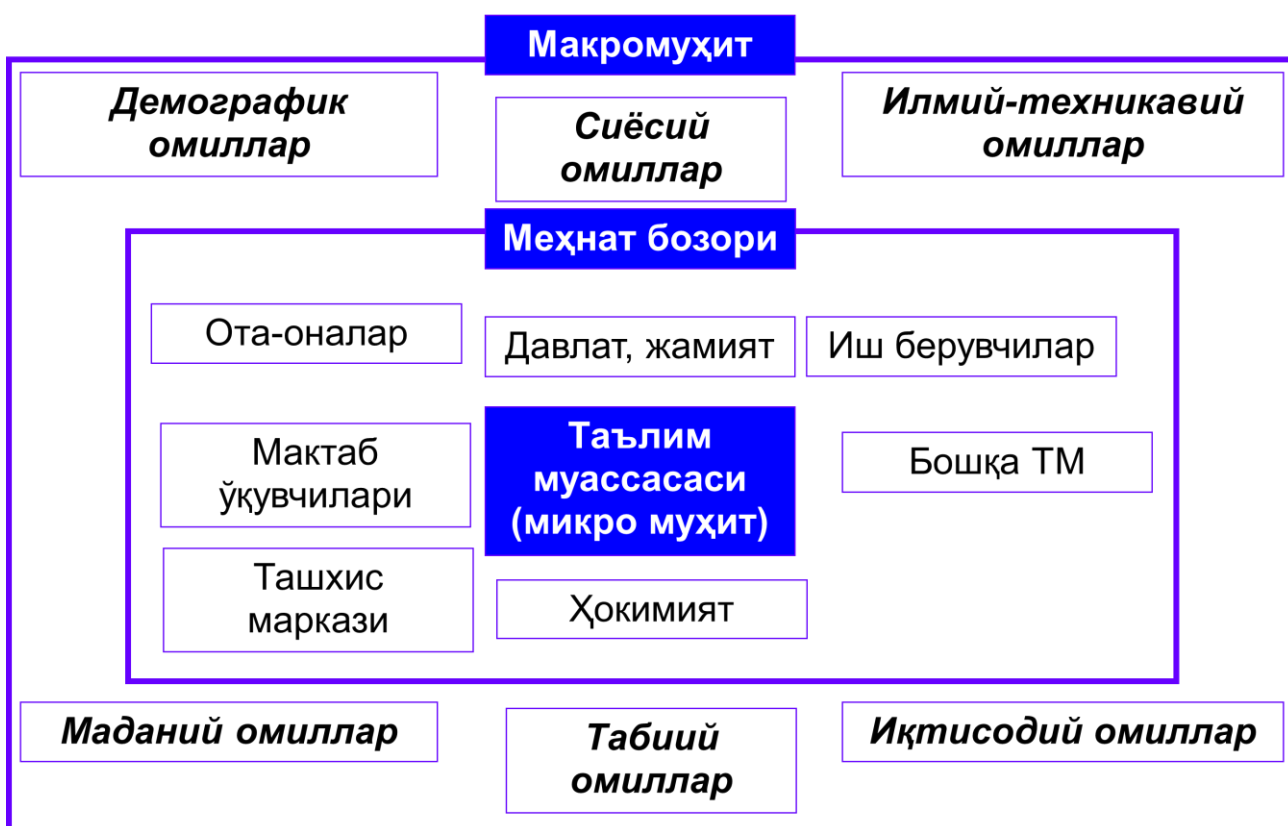
4.4. Таълим муассасасининг маркетинг муҳити

Маркетинг муҳити – бу фирмадан ташқарида фаолият кўрсатадиган ва маркетинг хизмати раҳбариятининг тегишли миждозлар билан муваффақиятли ҳамкорлик ўрнатиш ва ривожлантириш имкониятларига таъсир кўрсатувчи фаол субъектлар ва кучлар йиғиндисидир. Муҳит доимий ўзгаришда, яъни у ёки бу салбий ё иждобий таъсир кўрсатиши мумкинлиги сабабли, уни тизимли ўрганиш, алоҳида жараёнларни ва уларнинг ўзаро алоқасини кузатиш зарурияти маркетинг тадқиқотлари жараёнида жуда муҳим тадбир бўлиб ҳисобланади. Ҳатто муҳитнинг арзимас ўзгаришига эътибор бермаслик ёки назоратни сусайтириш фирманинг ва бозорнинг бошқа субъектлари ишида жуда оғир оқибатларга олиб келиши мумкин..

Одатда, макро ва микро-муҳит фарқланади. *Макро-муҳит* ёки ташқи шароитлар омиллари асосан тизимли, умумий бозор доирасидаги омиллардан иборат. Бу ерга турли хил иқтисодий, ҳуқуқий, сиёсий, демографик, географик, миллий, илмий-техникавий, технологик, иждимой-маданый ва бошқа ҳарактердаги таъсирларнинг кенг спектри киради. *Микро-муҳит* ёки ички шароитлар омиллари фирманинг фаолияти ва унинг имкониятларига бевосита тегишли. Микро-муҳитнинг асосий қисми фирма бошқарувининг назорати остида бўлади (фаолият соҳасини аниқлаш, кадрларни танлаш, ходимлар малақасининг умумий даражаси ва маркетинг маданияти, мақсадли бозорлар (сегментлар)ни, товарлар ҳаракатининг йўллариини танлаш, рақобат курашида стратегияларни ишлаб чиқиш, маркетинг вазибаларини ечиш).

Шундай қилиб, микро-муҳитни ўрганиш бозорнинг аниқ субъектига нисбатан қўлланилган ҳолда амалга оширилади, ундан фарқли равишда макро-муҳит эса маркетинг ва бозор субъектлари, мамлакат ва халқ истеъмолчи товарлари соҳалари учун умумий кўринишда намоён бўлади.

Юқоридаги фикрлар асосида таълим муассасасининг маркетинг муҳитини таҳлил қиладиган бўлсак, уни қуйидагича тасаввур қилиш мумкин:



Бу ерда мамлакатдаги *сиёсий омиллар* асосан давлатнинг мустақиллиги ва бевосита сиёсий ёндашувлар ва йўналишларни мустаҳкамлаш билан боғлиқ тенденциялар, бошқа томондан эса бозор муносабатларига ўтиш ва ўзаро манфаатли алоқаларни ўрнатиш билан тавсифланади. Сиёсий муҳитга ижро этувчи давлат ҳокимиятининг омиллари билан бир қатор муҳим омиллар ҳам киради. Улар ичида 12 йиллик мажбурий бепул таълим, 9 синф битирувчиларини қамраб олиш, ўрта махсус, касб ҳунар таълимини танлаш ихтиёрийлиги ва ўқиш мажбурийлиги каби қонунларни кўрсатиш мумкин.

Жамият *иқтисодий омиллар* асосан аҳоли даромадларининг даражаси ва аҳолининг харид қобилияти каби кўрсаткичлар билан,

шунингдек, инфляция, солиқ солиш ставкалари, аҳолининг жорий даромадлари, жамғармаларининг даражалари, истеъмол саватининг қиймати билан аниқланади. Бу кўрсаткичларнинг ўзгариши таълим хизматларига бўлган талабда нафақат миқдорий, балки таркибий силжишларга ҳам олиб келади.

Табиий омиллар қуйидаги ҳолатларга боғлиқ:

- таълим муассасасининг ҳудудий жойлашуви (шаҳар маркази ёки чекка қишлоқда);
- марказга интилиш натижасида қишлоқ таълим муассасаларида кадрлар етишмаслиги;
- истеъмолчиларнинг эҳтиёжи асосида таълим хизматлари кўрсатиш имконияти йўқлиги кабилар.

Йўналишларнинг ҳар бир муайян кўрсаткичлари орқали атроф-муҳитнинг у ёки бу томонини таснифлаш мумкин. Шу билан бирга булар маркетинг кучларининг таъсиротига ҳам эга.

Бозор конъюнктураси кўп томондан **демографик тавсифлар** ва аҳоли шаклланишининг асосий тенденциялари билан белгиланади. Бунда шахсий истеъмол товарларига бўлган талабнинг ривожланиши ва ишлаб чиқаришга мўлжалланган товарлар бозоридаги ўзгаришлар ўртасида тўғридан-тўғри алоқа кузатилади.

Сифатли таълим хизматлари кўрсатишнинг асосий омиллари:

«Маркетинг-микс» назарияси «аралашма», «аралаштирилган» деб таржима қилинади ва стратегик мақсадларни ечишга мўлжалланган комплекс маркетингни назарда тутаяди.

Маркетинг-микс — бу бозорнинг мураккаблиги ва ҳаракатчанлигига мос келадиган кўп ўлчамли маркетинг стратегиясини ҳар хил бирикмалар ва боғланишларда ишлаб чиқишга имкон берадиган турли хил маркетинг қуроллари тўпламидир.

Муваффақиятга эришиш учун зарур бўладиган амалий курулларнинг номлари тасдиқга кўра инглиз тилининг P ҳарфидан бошланади. Маркетинг фаолиятининг ушбу йиғиндисини белгилаш учун «4P» формуласи ишлатилади: **Product** (маҳсулот) — **Price** (нарх) — **Promotion** (силжитиш) — **Place** (тақсимлаш). Баъзи ҳолларда унга 5 — «P»ни ҳам киритадилар **People** (истеъмолчилар). Бунда олдинги таркибий блокларга тегишли стратегияни амалга оширишнинг сифат даражасини белгилайдиган персонал муаммоларнинг комплекси назарда тутилади. Шундай қилиб, маркетинг-миксинг маркетинг стратегиясини шакллантирувчи 5 та асосий муаммоли функционал блокларини ажратиш кўрсатиш мумкин.

Агар маркетинг микс тушунчасини таълим хизматлари мисолида кўриб чиқадиган бўлсак, уни сифатли таълим хизматлари кўрсатишнинг асосий омиллари сифатида талқин қилиш мумкин

Ўқувчилар (Маҳсулот). Ўрта махсус, касб ҳунар таълими муассасаси битирувчилари аввало иш берувчиларнинг талабига тўла тўқис жавоб бериши ва муайян кўрсаткичлар бўйича бошқа таълим муассасалари (рақобатчилар) маҳсулотидан албатта устун бўлиши керак. Бунда энг асосий мезон бўлиб уларнинг касбий малакаси (билими, кўникма, малака) ҳисобланади. Бунинг учун уларни қизиқиши, қобилияти ва билими бўйича касбга тўғри йўналтириш ишларини олиб борилган бўлиши керак.

Ишга жойлашиш кўрсаткичи (нарх). Ўқувчиларнинг билим бойликлари тизими ўзгарувчандир. Шунинг учун уларнинг касбий тайёргарлигини ошириш жараёнини амалда бошқариш — юқори профессионал ёндашувни талаб қиладиган мураккаб жараёндир.

Силжитиш. Талаб ва таклифнинг самарали мувофиқлигини таъминлаш учун бозор субъектлари ўртасида (айирбошлаш жараёни) асосан фирмадан чиқадиган ахборот оқимлари марка ёки фирма даъво қиладиган ўринни бозорга етказишга йўналтирилиши керак. Бунинг учун

силжитишнинг ҳар хил каналлари ишлатилади: тижорат персонали, реклама, талабни рағбатлантириш ва жамоатчилик билан алоқалар. Фирма томонидан қилинган стратегик танлов самарали тадбиқ этилиши учун самарали силжитиш тизими билан қуллаб-қувватланган бўлиши керак, акс ҳолда тижорат муваффақиятига эришиш эҳтимоли камроқ бўлади.

Тақсимлаш (жойлаштириш каналлари). Тақсимлаш (сотиш) каналларининг амал қилиши ишлаб чиқарувчи корхона эркин алмашилиш талаблари ва истеъмолчилар умидидан келиб чиқадиган ҳамма мажбуриятлар ва функцияларни ўз бўйнига ололмаслиги билан шартланади. Замонавий техника ва ахборот тизимлари ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчиларни яқинлаштиради ҳам, бироқ бу боғланишлар турлича мураккаб. Шунинг учун объектив равишда воситачиларни жалб қилиш зарурати пайдо бўлади. Воситачилар ёрдамига мурожаат қилиш ўз навбатида корхона учун товар ҳаракати ва хизмат кўрсатиш жараёнининг маълум элементлари устидан назоратни йўқотиш тушунилади. Корхона учун тақсимлаш тармоқларини танлаш (сотиш тармоғи) — бу мақсадли сегмент истеъмолчиларининг шахсий мақсадлари ва талаблари билан боғланган стратегик ечим. Ҳар қандай тақсимлаш тармоғи алмашилишни амалга ошириш учун зарур булган функциялар комплексини бажаради.

Инсонлар. Корхона ишга малакали одамларни қабул қилишга интилиши керак. Малакали ходим самаралироқ, унумлироқ ишлайди, шунинг учун юқори натижага эришади. Энг асосийси инсонлардан қандай фойдаланилаётганлигидир. Турли хил муаммоларни ечиш учун аниқ тавсиялар пайдо бўладиган «ақл жанглари» жуда самаралидир. Ходимлар қандай функцияларни бажаришини ва у ёки бу жараёнларнинг қандай усуллар билан амалга оширилишини билиш ҳам анча муҳимдир. Маркетинг стратегиясида асосий нарса истеъмолчи ва унинг товардан фойдаланиш қобилияти бўлганлиги сабабли унинг ҳарактеристикаси алоҳида аҳамият касб этади.

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ

1. Маркетинг тушунчасини изоҳлаб беринг.
2. Маркетинг тадқиқотлари нима ва у қандай вазифаларни бажаради?
3. Таълим хизмати маркетинги нима ва у қандай вазифаларни бажаради?
4. Макро ва микро муҳитга қандай омиллар таъсир кўрсатади?
5. Маркетинг муҳити деганда нимани тушунасиз?
6. Таълим хизмати маркетинги қандай вазифаларни бажаради?

5-МАВЗУ. МЕҲНАТ БОЗОРИ ЭҲТИЁЖИНИ ЎРГАНИШ УСЛУБЛАРИ, МЕҲНАТ БОЗОРИДА ТАДҚИҚОТЛАР

5.1. Меҳнат бозорининг мазмуни ва таркибий қисмлари.

5.2. Меҳнат бозоридаги буюртмачилар ва буюртмачиси бўлмаган шахслар талабини ўрганиш асосида таълим муассасаси қабули таклифини шакллантириш

Таянч сўзлар: меҳнат бозори, меҳнатга талаб, меҳнатга таклиф, ишчи кучи нархи, ишчи кучи қиймати, рақобат, омиллар, буюртмачилар ва буюртмачиси бўлмаган шахслар эҳтиёжи.

5.1. Меҳнат бозорининг мазмуни ва таркибий қисмлари

Бозор муносабатлари тизимида меҳнат бозори муҳим ўринни эгаллайди. Мана шу бозорда меҳнатга қобилиятли кишилар ва давлат бирор бир жамоа ва хусусий ташкилотларнинг номидан иш кўрувчилар ва иш берувчиларнинг манфаати тўқнаш келади. Меҳнат бозорида вужудга келадиган муносабатлар яққол ифодаланган ижтимоий-иқтисодий хусусиятга эга бўлиб, улар мамлакат аҳолиси кўпчилигининг муҳим эҳтиёжларига дахлдор бўлади. Меҳнат бозори механизми орқали аҳолининг иш билан бандлиги ва меҳнатга ҳақ тўлаш даражалари белгиланади. Меҳнат бозорида рўй бераётган жараёнларнинг жиддий оқибати ишсизлик бўлиб, у умуман олганда салбий ҳодиса ҳисобланса ҳам, лекин амалда жамият ҳаётининг муқаррар натижасидир.

Умуман, меҳнат бозори деганда, бозор иқтисодиётининг умумий кичик тизими тушунилиб, унда, бир томондан – иш берувчилар (ишлаб чиқариш воситаларининг эгалари), иккинчи томондан – ёлланма ишчилар

ўзаро алоқада бўлади. Бу ўзаро муносабатлар натижасида ишчи кучи таклифи ва унга талабнинг ҳажми, тузилмаси ва нисбати шаклланади.

Демак, меҳнат бозори дейилганда ишчи кучини сотиш, сотиб олиш ва ундан фойдаланиш билан боғлиқ бўлган ижтимоий муносабатлар мажмуаси тушунилади.

Меҳнат бозорининг таркибий қисмлари қуйидагилардир:

1. Меҳнатга талаб
2. Меҳнат таклифи
3. Ишчи кучи нархи
4. Ишчи кучи қиймати
5. Рақобат.

Меҳнатга талаб – меҳнат бозорида бор бўлган ишчи кучига ижтимоий эҳтиёжларнинг умумий ҳажмини акс эттиради.

Меҳнатнинг таклифи – ишчи кучининг сони ва таркиби (жинс, ёш, маълумот, касб, малака ва бошқалар) билан ифодаланадиган умумий миқдори.

Ишчи кучи нархи – унга тўланадиган иш ҳақи. Ишчи кучи қиймати – уни қайта тиклаш учун сарфланадиган ижтимоий чиқимлар, яъни истеъмол қилинадиган моддий ва номоддий бойликлар ҳажми билан аниқланади.

Меҳнат бозорининг ишлашидаги асосий механизм – серунум ишчи кучи жалб қилишга интилувчи ёлловчилар билан ижтимоий меҳнат тақсимоти тизимидаги бўш иш жойларини эгаллашга интилаётган ишчилар, шунингдек, меҳнат битими ва меҳнатга ҳақ тўлаш шарт-шароитлари бўйича ишчилар билан ёлловчилар ўртасидаги рақобат ҳисобланади.

Республикамизда бозор ислохотлари жараёнларини авж олдириш ҳозирги кунда меҳнат бозори субъектларининг янги меҳнат тузилмаларига бўлган қизиқишларини ва янги мақсадлари шаклланиши жараёнлари фаол авж олишига олиб келмоқда ҳамда ишчи кучига бўлган талаб ва таклиф

шаклланишини юзага келтирмоқда. Бир вақтнинг ўзида меҳнат бозори субъектларининг ўзаро алоқаларини жамоа-шартномавий ва норматив-ҳуқуқий базаларини доимий ривожлантириш, меҳнат бозори инфратузилмаларини келгусида ривожлантиришни талаб қилади. Бозор муносабатлари шароитида ҳар қандай иқтисодий муносабатнинг ташкилий- иқтисодий базасиз амалга ошириш самарасиздир. Шунинг учун ҳам меҳнат бозори инфратузилмасидаги иш фаолиятини ташкил қилиш асосларини илмий асосда ёритиш самарали меҳнат бозори шаклланиши ва ривожланишининг ижтимоий-иқтисодий аҳамиятини оширади. Меҳнат бозорини тўлиқ ишлаши учун ривожланган инфратузилмани шакллантириш лозим. Меҳнат бозори фаолият кўрсатишининг сифат кўрсаткичларини энг муҳим мезони унинг инфратузилмасининг ривожланиш даражасидир.

Шундай қилиб, меҳнат бозори товар бозорининг ўзига хос тури бўлиб, унинг фарқловчи хусусияти бу бозорда товарнинг махсус тури – ишчи кучи ёки кишининг меҳнат қилиш қобилияти сотилишидир.

Қуйидагилар меҳнат бозорининг асосий субъектлари ҳисобланади:

-ишлаб чиқариш воситаларининг эгалари ва уларнинг манфаатларини ифодаловчи органлар (тадбиркорлар уюшмалари);

-ёлланма ишчилар ва уларнинг манфаатларини акс эттирувчи ташкилотлар (касаба уюшмалари, ходимлар кенгашлари);

-давлат (ўзининг турли тузилмалари тимсолида) иш берувчилар билан ёлланма ишчилар ўртасидаги воситачилар сифатида.

Шундай қилиб, меҳнат бозорининг асосий субъектлари орасида давлатга – ёллаш муносабатларининг иштирокчиси, иш берувчилар билан ёлланма ишчилар ўртасидаги воситачи ва бу соҳада бозор муносабатлари ишининг бош ташкилотчиси сифатида муҳим рол ажратилган.

Бозор иқтисодиёти шароитида меҳнат бозори бир қатор ижобий тарафларга эга:

-замонавий эҳтиёжларга жавоб берадиган ишчи кучини қайта тиклашда муҳим рол ўйнайди;

-ишчи кучини тармоқлар ва ҳудудлар ўртасида тақсимлаш ва қайта тақсимлашни таъминлайди;

-иш кучининг ҳаракатчанлиги (мобиллиги)ни оширади;

-меҳнат унумдорлиги ўсишини рағбатлантиради ва бошқалар.

Меҳнат бозорининг ижобий вазифалари унинг ишлаши ва ички тузилмаси билан боғлиқ ички механизмлар таъсири воситасида амалга оширилади.

Меҳнат бозори динамикасига таъсир кўрсатувчи омиллар қуйидагилардир:

-демографик, у аҳолининг сони, ундаги иқтисодий фаол аҳолининг салмоғи, унинг ҳаракатчанлиги ва бошқаларни ўз ичига олади.

-ижтимоий, унинг таркибига турмуш даражаси, жамиятнинг ижтимоий тузилмаси, ижтимоий шериклик муносабатларининг ривожланганлик даражаси ва бошқалар киритилади.

-ташкилий-ҳуқуқий – у давлат муассасаларининг меҳнат ва аҳоли бандлигини ташкил этишдаги ролини, меҳнат соҳаси ва тадбиркорликнинг ҳуқуқий базаси ишлаб чиқилганлиги ҳамда унинг сифатини ва бошқаларни ифодалайди.

Ривожланган мамлакатлар тажрибасидан маълумки, турли йўналишларда ихтисослашган меҳнат биржаларининг шаклланиши ва ривожланиши оқилона иш билан бандликни таъминлашнинг муҳим асоси ҳисобланади.

Меҳнат бозори инфратузилмаси ривожланишида қуйидаги тадбирларни амалга ошириш энг долзарб ҳисобланди: иш билан бандлик хизмати қошида ҳудудий ахборот тизимини яратиш (18%), ахборот алмаштиришнинг қулай шарт-шароитларини вужудга келтириш (5,5%), бўш иш жойлари ягона ахборотлар банкини яратиш (18,5%), ривожланган

мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиш (23,5%), иш билан бандлик хизмати ривожланиш мезонлари ва кўрсаткичларига ўзгартиришлар ва кўшимчалар киритиш (18,5%), ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш (14%) ва бошқалар.

Меҳнат бозори инфратузилмасининг самарали шаклланиши ва ривожланишида қуйидаги чора-тадбирларни амалга оширишни алоҳида аҳамиятга эга:

1. Ўзбекистон Республикаси «Аҳолини иш билан таъминлаш тўғрисида» Қонунда кўрсатилган мақсадлардан келиб чиққан ҳолда иш билан бандлик хизмати органлари фаолиятининг стратегиясини такомиллаштириш бўйича:

Иш билан бандлик хизмати органлари томонидан иш билан бандлик дастурини стратегик режалаштириш жараёнида келажакдаги потенциал ишчи кучи таклифи (корхоналардан озод этилаётганлар, ўқув юртларини битирувчилар, ҳарбий қисмдагилар, мактаб битирувчилари ва бошқалар) ҳақида аниқ ва тўлиқ маълумотлар асосида хулоса бериш зарур.

Малакали мутахассисларнинг резюма бўйича маълумотлар банкини яратиш ва уларнинг индивидуал сифат таркибининг турли хиллигини таъминлаш.

Корхоналарнинг буюртмасига кўра мақсадли касбга ўқитиш ва қайта ўқитишни ташкил этиш.

Корхона ва фирмаларда ходим иш жойининг иш ҳақи бўйича уни қаноатлантириш даражасини ишлаб чиқиш.

Иш ҳақи ва бошқа қонуний даромадлар чегарасини кун кечириш учун зарур бўлган миқдордан кам бўлмаслигини таъминлаш.

Ёшларни меҳнатга ўргатиш бўйича ҳаракатларни фаоллаштириш, уларни ёппасига касбга йўналтириш сиёсатини ишлаб чиқиш.

Ижтимоий ҳимояга муҳтож бўлган фуқароларни ишга жойлаштириш бўйича қўшимча имтиёзлар яратиш.

2. Иш билан бандлик хизмати органлари фаолиятининг йўналишларини такомиллаштириш бўйича:

Иш билан бандлик хизмати органлари ходимлари томонидан мижозларнинг қуйидаги гуруҳлари билан ишлашда табақалаштирилган тарзда ва индивидуал жиҳатдан ёндашиш: мактаб ўқувчилари; ҳарбий хизматдан озод этилган фуқаролар; ўқув юртлари битирувчилари ва бошқалар.

Иш билан бандлик хизмати органлари ишини иш билан банд бўлган фуқаролар, ҳақиқатда иш излаётганлар ва ишсизлар билан ишлашга бўлиш.

Иш берувчилар билан ишлашда корхонада иш билан бандлик масалаларига тегишли турли хил жараёнларни истиқболлаштиришдан тортиб, корхонани модернизациялаш, ривожлантиришда махсус буюртмаларни бажариш учун ходимларни мақсадли тайёрлашгача бўлган жараёнлар бўйича самарали методикани ишлаб чиқиш.

Иш билан бандлик хизмати органларининг энг фаол йўналишлардаги фаолиятлари бўйича имкониятларини кенгайтириш учун ижтимоий ҳимояга муҳтож бўлган фуқаролар, яъни ногиронлар ва пенсия олдидаги ёшда бўлганларни камайтириш орқали уларга сарфланадиган молиявий маблағларни тежаш.

Иш билан бандлик хизмати органларининг мижозлар билан ишлаш доирасини кенгайтириш, масалан, нафақа тайинлашда кишини пухта текшириш ёки алдов йўллари билан нафақа олаётганларни мунтазам назорат қилиш.

3. Иш билан бандлик хизмати органлари фаолият самарадорликларининг кўрсаткичларига баҳо бериш бўйича:

Барча бўлимлар учун ахборотга эга бўлишни таъминлаш.

Бўлимлар ўртасида ҳамда туман меҳнат бўлимлари ўртасида тажриба алмашиш жараёнини ташкиллаштириш.

Туман меҳнат бўлимлари фаолиятларининг самарадорлигини

баҳолаш ва мунтазам назорат этиш.

4. Меҳнат бозори ҳолатига баҳо беришда унинг мезонлари ва кўрсаткичларини такомиллаштириш бўйича:

Иш жойларининг сони ва ҳолатини баҳолаш кўрсаткичларини ишлаб чиқиш зарур. Иқтисодиёт таромоқларида юзага келаётган таркибий ўзгаришлар натижасида корхоналардаги мавжуд иш жойларининг ҳаммаси ҳам шароити ва иш ҳақи тўлови бўйича мақбул ҳисобланмайди.

Ишчининг меҳнат унумдорлигини ошириш бўйича унинг иш жойи характериға мувофиқлигини аниқлаш учун методика ишлаб чиқиш.

Корхоналарда кадрлар кўнимсизлигини камайтириш бўйича чоратадбирларни ишлаб чиқиш.

5. Давлат ва нодавлат иш билан бандлик хизмати органлари фаолиятларининг самарадорлигини ошириш бўйича:

Вилоят давлат иш билан бандлик хизмати органлари ва Самарқанд Кадрлар Агентлиги ўртасида тажриба алмашишни ташкил этиш.

Давлат ва нодавлат иш билан бандлик хизмати органлари ўртасида ягона бўш иш ўринлари банкини вужудга келтириш ҳамда ахборотлар алмашишни йўлга қўйиш.

Юқори малакали (эксклюзив) кадрлар бўйича икки томонлама маълумотлар банкини тузиш.

Иш билан бандликка кўмаклашиш соҳасида фаол иш билан бандлик сиёсатини амалга ошириш бўйича ўзаро ҳамкорликни таъминлаш.

Аҳолини иш билан таъминлашда тармоқлардаги касбий малака бўйича ихтисослашиш.

Юқорида келтирилган фикр-мулоҳазалар бўйича қуйидагича хулоса чиқариш мумкин; иш билан бандлик хизмати тизимида янгича стратегия ишлаб чиқиш зарур, шундай экан, янги масалаларни бажаришни таъминлашда янги иш билан бандлик хизматининг ташкилий тузилмасини яратишга эҳтиёж сезилади. Шунинг учун бугунги иқтисодий ўзгаришлар

катъий равишда зарур бўлган энг муҳим ислохотларни ўтказиш кераклигини ва иш билан бандлик хизматининг тез суръатлар билан ривожланишини талаб этмоқда.

5.2. Меҳнат бозоридаги буюртмачилар ва буюртмачиси бўлмаган шахслар талабини ўрганиш асосида таълим муассасаси қабули таклифини шакллантириш

Ҳар ҳудудларда меҳнат бозорини ўрганиш ва қабул квотасини шакллантириш қуйидаги методика асосида ташкил этилади.

1. Меҳнат бозорини ташкил этишда ҳар бир ҳудуднинг демографик ва георафик хусусиятларини ўрганиш лозим.

- Таълим муассасаси ҳудуднинг қаерда жойлашгани;
- Ҳудудда қандай корхона ва заводлар мавжудлиги;
- Ушбу ҳудудда рақобатбардош коллеж мавжудлиги, агар мавжуд бўлса қандай жиҳатлари билан ажралиб туриши лозимлигини аниқлаш мумкин;

- Ҳудуддаги аҳолининг умумий сони;
- Аҳолининг неча фоизи меҳнатга яроқли эканлиги;
- Аҳолининг неча фоизини ишсизлар ташкил этиши;
- Ҳудуддаги қайси касбларга эҳтиёж бор, меҳнат бозорига қандай кадрлар кераклиги аниқланади.

2. Ҳудуднинг мутахассисларга бўлган реал эҳтиёжни аниқлаб олиш лозим.

- Шу ҳудудда тайёрлайдиган касб бўйича корхоналардаги иш ўринлари сони;
- Ҳудудда қайси касбларга талаб бор ва қайси касбларнинг ишга жойлашишида юқори кўрсаткичларга эга эканлиги аниқланади;
- Табиий иш ўринларининг бўшаши (сони бўйича).

3. Худудда инвестиция лойиҳалари асосида ташкил этиладиган корхона ва ташкилотлар эҳтиёжи ўрганилади.

➤ Яқин келажакдаги инвестиция дастурлари бўйича ташкил этиладиган корхоналар ва ташкилотларнинг қурилиши ва уларга қандай мутахассислар зарурлиги;

➤ Худуддаги корхона ва ташкилотлар неча ўринга мўлжаллангани;

➤ Тегишли касб ва мутахассисликлар бўйича ишловчилар сони ҳамда улардаги номутахассислар (уларни ўқитиб берилади),

4. Худуддаги иқтисодий тармоқларни ривожлантириш бўйича давлат сиёсати.

➤ Балиқчилик, қуёнчилик, асаларичилик ва бошқалар бўйича талаб этиладиган мутахассисларга эҳтиёж ўрганилади.

5. Тегишли касб ва мутахассисликларга индивидуал эҳтиёжлар ўрганилади.

Ушбу қисмда аҳолининг ишсиз юрган, олий таълимга киролмаган ва меҳнат бозорида фаолият юритмоқчи бўлганлар, яъни ўз ҳоҳиши билан (буюртмачиси бўлмаганлар) ўқимоқчи бўлганларнинг қайси касб ва мутахассисликлар зарурлиги ўрганилади ва шу асосида қабул квотаси шакллантирилади.

6. Таълим жараёнида андрагоглар эҳтиёжини ўрганиш.

Бунда катта ёшдагилар, ўз касбини ўзгартирмоқчи бўлганлар ва илгари мактабни битириб қолиб кетган, қолида дипломи йўқ бўлганлар эҳтиёжи ўрганилади ва уларга ўз ҳоҳишлари асосида қисқа муддатли ўқув жараёни ташкил этилади.

Юқоридаги қадамлар асосида худуднинг меҳнат бозори эҳтиёжлари ўрганилган ҳолда ҳар бир касб ҳунар коллежининг қабул таклифлари шакллантирилади.

Шунингдек, касб хунар коллежлари бозор иқтисодиётида фаолият юритиши, ўз мавқеини ушлаб туришда ва таълим муассасасига бўлган талабни оширишда ҳар бир коллеж турли хил чегирмалар ва реклама усулларидан фойдаланишлари лозим (ўқувчи ўзи билан иккита танишини олиб келса унга текин, битта олиб келса нечадир фоиз арзонроқ, маълум муддатда чегирмалар таклиф этиши ва бошқа турли хил усулларда ташкил этилади).

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ

1. Меҳнат бозори нима ва унинг қандай таркибий қисмлари мавжуд?
2. Таълимда меҳнат бозорининг вазифалари нималардан иборат?
3. Меҳнат бозоридаги эҳтиёжларни ўрганишда нималарга эътибор қаратиш лозим?
4. Қабул квотаси қандай шакллантирилади?
5. Меҳнат бозорида буюртмачиси бўлган буюртмачиси бўлмаган шахслар эҳтиёжи қандай аниқланади?
6. Таълим жараёнида андрагоглар эҳтиёжи қандай ўрганилади?
7. Меҳнат бозори динамикасига таъсир кўрсатувчи омилларни аниқланг?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР.

Сизнинг характерингиз қандай?

Қуйидаги саволларга жавоб беринг ва очколарни ҳисобланг

		Ҳа	Йўқ
1	Сиз ўткир таомларни яхши кўрасизми?	4	1
2	Ҳамма мавзуда суҳбатлаша оласизми?	3	2
3	Рақсга тушишни яхши кўрасизми?	1	3
4	Жамоат қалбига кира оласизми?	1	3
5	Хурсандчиликдан сакраб кетишни хоҳлайсизми?	4	2
6	Белингиз оғриб турадими?	1	2
7	Юмшоқ ёки қаттиқ тиш тозалагични хуш кўрасизми?	Юмшоқ 1	Қаттиқ 3
8	Сартарошхонага бора туриб, сочни қандай турмаклатишни олдиндан биласизми?	3	1
9	Бошқотирмани яхши кўрасизми?	1	4
10	Гипнозга мойиллигингиз борми?	1	4
11	Сизнинг ҳиссиётингизда кеч ухлашга хоҳиш борми?	4	1

20 балл – нозиктабиат, сезувчан, тинчликни ихтиёр этувчи. Сиз яхши дўстсиз, бироқ кўп одамлар Сизни тўймаган деб ҳисоблайдилар.

21–25 балл – Сиз хушчақчақ, тақдирга ишонувчи, танишларингизни яхшиликларига мухтожсиз, ўзингизни яхши тутасиз, ишни эплайсиз.

25 балдан – ёшингиздан қатъий назар қалбингиз навқирон, ҳиссиётларингизни, хоҳишларингизни, эҳтиёжларингизни бошқара оласиз, одамларни тўғри баҳолайсиз.

Сиз раҳбар бўла оласизми?

Қуйидаги саволларга “ҳа” ёки “йўқ” жавобларини беринг.

1. Ностандарт ечим талаб масалаларни ҳам енгилгина еча оласизми?
2. Одатдаги иш кўникмаларидан осонликча бўшай оласизми?
3. Кўтарилиб кетгандан сўнг аввалги жамоани қўмсайсизми?
4. Ҳамма ҳолларга ярайдиган, универсал иш услубини ўзлаштиришга интиласизми?
5. Сиз ўз қўл остидагиларингизга беҳато кучли, ўрта, кучсиз деб баҳо бера оласизми?
6. Ходимлар билан ишлаётганда уларни ёқтириш ва ёқтирмасликка эътибор берасизми?
7. Сиз универсал иш услуби йўқлигига ишонасизми, шунинг учун шароитларни яхши қилишга ҳаракат қиласизми?
8. Сиз қўл остидагилар билан келишмовчиликлардан ҳам кўра, юқори раҳбарликлар ўртасидаги келишмовчилик тезроқ бартараф этилади деб ўйлайсизми?
9. Сизни ўз қўл остидагиларингизнинг бир типда ишлаши безовта қилмайдими?
10. Сиз раҳбарларни шахс сифатида биринчи бор фараз қилганингизча тасаввур қила оласизми?
11. Сиз ишингиздаги муваффақиятсизликларни меҳнат шароитига боғлайсизми?
12. Сиз иш вақти етишмаслигини тез – тез сезасизми?
13. Қўл остидагиларингиз хузурига ташриф буюришингиз иш самарасини кўтарадими?
14. Келажаги порлоқ ёшларга бир қисм топширикни ишонасизми?

Жавобларингизни баллар билан ҳисобланг.

1	Ҳа	1	Йўқ	0
2	Ҳа	0	Йўқ	1
3	Ҳа	1	Йўқ	0
4	Ҳа	0	Йўқ	2
5	Ҳа	2	Йўқ	0
6	Ҳа	1	Йўқ	0
7	Ҳа	1	Йўқ	0
8	Ҳа	0	Йўқ	2
9	Ҳа	1	Йўқ	0
10	Ҳа	1	Йўқ	0
11	Ҳа	0	Йўқ	2
12	Ҳа	0	Йўқ	1
13	Ҳа	0	Йўқ	2
14	Ҳа	2	Йўқ	0

Тўпланган баллар йиғиндисини ҳисобланг:

5 баллгача. Сиз раҳбардан ҳам мутахассисликка лойиқсиз. Яхшиси маъмурий ишдан воз кечинг. Сиз бош муҳандис, бош технолог, бош иқтисодчи бўлишингиз мумкин.

6 дан 10 баллгача. Раҳбар сифатида ҳали Сиз шаклланмагансиз. Тажрибали мутахассисларга қулоқ тутинг, катта раҳбарлар билан маслаҳат қилинг. Ходимлар муаммоси ва бошқаришнинг коллегиял шаклларига алоҳида эътибор беринг.

11 дан 15 баллгача. Сиз маъмурий типдаги раҳбарларга мансубсиз. Сизда яхшигина ташкилотчилик қобилияти бор. Бу сизда кадрларни танлаш, ишни онгли режалаштиришда сезилди. Сиз ўз фикрингиздан кўрқмайсиз. Сиз бировнинг сўзи билан иш юритмайсиз. Фақат биргина таклиф қабул қилаётган қарорни коллегиял муҳокамадан ўтказинг, ишни демократик бошқаринг.

16 дан 20 баллгача. Сиз ҳақиқий раҳбарсиз. Сизда ҳамма ишга нисбатан новаторлик ёндашув бор. Бироқ Сиз одамларга нисбатан кескин катъиятлисиз. Ўзингиз маънавий ва касбий камолатингизни ўстираверинг.

Сиз қандай раҳбарсиз?

Қуйидаги саволларни диққат билан ўқиб чиқинг ва “ҳа” ёки “йўқ” жавобини беринг, сўнгра тест калити билан танишишингиз мумкин.

1. Масалани типик ҳал қилиш имкони бўлмаган ишларга иштиёқ билан кириша оласизми?

2. Қуйи мансабда ишлаган пайтингиздаги бошқариш усуларидан воз кечиш Сиз учун қийинми?

3. Юқори мансабга ўтгач, олдинги ишингизни афзал деб ҳисобладингизми?

4. Ҳамма жойда қулай, кўпқиррали, универсал бошқариш усулини ишлаб чиқишга интиласизми?

5. Сиз қўл остингизда ишловчиларга хатосиз, тўлиқ баҳо бера оласизми? Шу жумладан, ўзингиздан юқоридаги раҳбарларга ҳам.

6. Сиз учун қўл остингиздаги ишловчилардан кўра юқори ташкилотлардаги раҳбарлар билан конфликт (низо) бўлмаслигига эришиш осонроқ деб ўйлайсизми?

7. Бошқаришнинг универсал усули йўқ деб ўйлайсизми ёки бошқариш вазиятига боғлиқ деб биласизми?

8. Кадрлар масаласини ҳал этишда шахсий ёқтириш ёки ёқтирмаслик доирасидаги четга чиқиш Сиз учун осонми?

9. Ўзингиз бошқарадиган соҳада вужудга келган бошқариш стереотипини ўзгартиришни хоҳлайсизми?
10. Раҳбар ва инсон сифатлари ҳақидаги фикрларингиз кўпинча тўғри келадими?
11. Фаолиятингиздаги муваффақиятсизликларни холис салбий омилларга (турар жой етишмаслиги, техник таъминот ёмонлиги ва ҳ.) асосан тушунтиришингизга тез – тез дуч келасизми?
12. Муваффақиятли ишлашингизга кўпинча вақт етишмайди деб ўйлайсизми? 13. Ишчилар олдига иш пайтида тез – тез бориб туриш бошқариш жараёнига ижобий таъсир қилади деб ўйлайсизми?
14. Агар Сиз кучли раҳбар бўлсангиз турли масалаларни ҳал қилиш учун ишчиларга ҳам имконият яратиб берасизми? Сизда бўш раҳбарга қараганда анча кўп имкониятлар мавжуддир.

Навбатдаги вазифангиз жадвал асосида балларингизни ҳисоблаб чиқинг.

Савол	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Ҳа	1	0	0	0	2	1	1	1	0	1	1	0	0	2
Йўқ	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	2	1	2	0
Максимал балл – 20														

0 – 5 балл. Сиз раҳбарликдан кўра мутахассисликка яқинсиз. Агар бошқа иш таклиф қилинса иккиланмасдан ўтиб кетишингиз мумкин. Масалан, бош муҳандис, бош мутахассис ва ҳ.

5 – 10 балл. Сизни кучли раҳбар дея олмаймиз. Аммо жамоангизда ишларни давом эттиришингиз мумкин. Сизни юқори ташкилотлар ва жамоа фикрига кулоқ солишингизга маслаҳат берамиз. Кўпроқ кадрлар масаласига аҳамият беринг.

11 – 15 балл. Сиз раҳбар – ташкилотчи хилига мансубсиз, муҳим муаммоларга кучни қаратишга қодирсиз. Сиз бошқарадиган соҳада иш муваффақиятли давом этади, лекин кундалик ишларни ўз ҳолига ташлаб қўйманг. Баъзида бошқаришни муовинларингизга топширишингиз мумкин, лекин уларни доимо назорат қилинг.

15 – 20 балл. Сиз энг қолоқ ишлаб чиқариш соҳасини ҳам илғор қаторига олиб чиқишга қодирсиз. Сиз қайта қуриш, янгилаш йўллари кидира оласиз. Зарурий бошқариш қобилиятига эгасиз, лекин янгиликларга ҳамиша мослаша олмайсиз. Сизга юқоридагилар билан кескин муносабатда бўлиш халақит бериши мумкин.

***Кейс.** Таълим муассасасидаги ҳолатдан лавҳа. Таълим муассасасида педагогларга ўқув юкнамалар тақсимотини ўқув ишлари бўйича директор ўринбосари амалга оширади. У томонидан фанлар ва соатлар шундай тақсимланиши керак-ки, жамоа аъзоларида ҳеч қачон норозилик туғулмасин. Борди-ю бирон бир эътирозлар бўлса, асосли равишда қарорни тушунтириб бериш лозим.*

Қўйидаги ҳолатни таҳлил қиламиз: ёш аёл педагог ўзига дарс соатлари кам берилганлигини ва нима учун синф раҳбари бу йил бошқа кишига берилганлигини директор ўринбосаридан сўради.

Директорнинг ўқув ишлари бўйича ўринбосари:-Кечирасиз Саломатхон! Сиз билан маслаҳатлашиш учун уйингизга телефон қилиб сизни топа олмадик, -деб жавоб берди.

Ўқитувчи: - Ҳа, узоқ вилоятга меҳмонга кетган эдик, -деб бош иргитиб қўйди.

- Шунинг учун ҳам ўзаро келишиб, сизнинг ўғилчангиз ёшлигини эътиборга олиб уйда кўпроқ бўлса яхши бўлади деган фикрга келдик. Айтмоқчи, куёв бола янги ишга ўтибди деб эшитдик, табриклаймиз. Бахли бўлинглар, - деб аёлнинг кўнглини олиб чиқариб юборди.

Аслида, ростдан ҳам бу аёлга ёш боласи борлиги учун тўлиқ ишлаш ва синф раҳбарлиги ортиқча эди, уни ўзи ҳам тушинар эди. Лекин, дарс соатларини ва синф раҳбарликларини олиб қўйганликлари унинг гурурига тегган эди. Яхши муомала ва асосланган гап уни тинчлантирди. У “раҳмат” айтиб чиқиб кетди.

1- топшириқ. PEST – таҳлили орқали тингловчи таълим муассасасининг ривожланишига таъсир этувчи маркетинг тадқиқотларини ўтказишлари лозим, яъни сиёсий, ижтимоий, иқтисодий ва технологик омилларни таҳлил қиладилар. Бунда тингловчилар тўртта гуруҳга бўлиниб, гуруҳ лидерини белгилайдилар. Тингловчиларга вақт берилади, маълум вақт ўтгач барча гуруҳ лидерлари чиқиб, ҳар бир омилларни таҳлил қилиб савол жавоб қиладилар. Сўнг охирига раҳбар умумлаштириб хулоса қилади.

PEST - таҳлили

- **P (political)** – сиёсий омиллар (давлатнинг таълим соҳасидаги сиёсати, қонунлар, қарорлар, ҳукуматнинг таълим муассасаларининг ривожланишига таъсири).
- **E (economic)** - иқтисодий омиллар (аҳоли, иш берувчиларнинг иқтисодий аҳволи, таълимни молиялаштириш омиллари);
- **S (social)** - ижтимоий омиллар (таълим муассасасининг жамият билан ҳамкорлиги, демографик вазият, жамоат ташкилотлари, ижтимоий ҳамкорлар, маданий тарбиявий муҳиткабилар);
- **T (technological)** – технологик (бошқарув) омиллар (давлат, бошқарув органларининг таълим муассасасига таъсири)

2- топшириқ. SWOT–таҳлил (SWOT–инглиз сўзларининг бош харфларидан тузилган бўлиб, Strengths-кучли томонлар, Weaknesses–кучсиз томонлари, Opportunities–имкониятлар, Threats–хавф туғилишини билдиради. Бу усулда коллежнинг ички ҳолати кетма-кетлик билан таҳлил қилиниб, унинг кучли ва кучсиз томонлари, касб ҳунар коллежининг имкониятлари ю, ташқи муҳитнинг ривожланиши натижасида бўлиши мумкин бўлган хавф- хатарлар аниқланади. Бунда тингловчилар тўртта гуруҳга бўлиниб, гуруҳ лидерини белгилайдилар. Тингловчиларга вақт берилади, маълум вақт ўтгач барча гуруҳ лидерлари чиқиб, ҳар бир омилларни таҳлил қилиб савол жавоб қиладилар. Сўнг охирига раҳбар умумлаштириб хулоса қилади.



ТЕСТ

1. **Замонавий менежмент учун куйидагилар характерли:**

- A) Ишлаб чиқариш ва бизнеснинг самарадорлигини оширишга интилиш
- B) Режалаштирилган пировард натижага эришишга фаолиятни қаратиш
- C) Бошқаришда ҳамма ходимларни жалб этиш
- D) Хаммаси тугри.

2. **Менежмент фанининг моҳияти куйидагилардан иборат:**

- A) Куйилган мақсадга эришиш
- B) Бу бошқарув ҳақидаги фан.
- C) Бу функция, фаолият қуриниши
- D) Бу инсон билимлар соҳаси.

3. **Менежментнинг ташкил этиш функцияси – бу**

- A) ташкилот истикболини ижодий белгилаш
- B) бошқарув погоналари ва функционал соҳаларининг узаро муносабатларидаги узвийлигини таъминлаш.
- C) корхона ва алоҳида шахснинг мақсадларга эришиш учун ишловчиларни меҳнатга жалб қилиш жараёни
- D) иш натижаларини миқдорий ва сифат жиҳатдан баҳолаш

4. **Менежментнинг режалаштириш функцияси – бу**

- A) ташкилот истикболини ижодий белгилаш.
- B) иш натижаларини миқдорий ва сифат жиҳатдан баҳолаш
- C) корхона ва алоҳида шахснинг мақсадларга эришиш учун ишловчиларни меҳнатга жалб қилиш жараёни
- D) ишловчиларни рағбатлантириш

5. **Менежментнинг мотивлаштириш функцияси – бу**

- A) ташкилот истикболини ижодий белгилаш
- B) бошқарув погоналари ва функционал соҳаларининг узаро муносабатларидаги узвийлигини таъминлаш
- C) корхона ва алоҳида шахснинг мақсадларга эришиш учун ишловчиларни меҳнатга жалб қилиш жараёни.
- D) иш натижаларини миқдорий ва сифат жиҳатдан баҳолаш

6. Менежментнинг назорат қилиш функцияси – бу

- A) ташкилот истикболини ижодий белгилаш
- B) бошқарув погоналари ва функционал соҳаларининг узаро муносабатларидаги узвийлигини таъминлаш
- C) корхона ва алоҳида шахснинг мақсадларга эришиш учун ишловчиларни меҳнатга жалб қилиш жараёни
- D) *иш натижаларини микдорий ва сифат жиҳатдан баҳолаш.*

7. Қуйида қайд қилинганларнинг қайси бири бошқариш функцияси ҳисобланмайди:

- A) режалаштириш
- B) ташкил қилиш
- C) иш хақи тайинлаш
- D) назорат қилиш

8. Бошқарув функцияси деганда нимани тушунасиз?

- A) Менежментнинг маълум вазифаларини ечишга йуналтирилган бир хилдаги ишлар йиғиндиси.
- B) ташкилотни илмий-техник ривожлантириш
- C) Бу ишлаб чиқариш жараёнларини тартибга солиш;
- D) Ишлаб чиқаришни ташкил этиш;

9. Қуйидагиларнинг қайси бири низо эмас?

- A) узаро келишмовчилик ёки қарама-қаршилик, душманлик, адоват оркусида тугилган ҳолат, муносабат, ихтилоф, нифок
- B) тортишиш, баҳс
- C) *асабийлик, кескинлик*
- D) асабларнинг қузғалиши билан боғлиқ бўлган ҳолат

10. STEP таҳлилида нималар таҳлил қилинади?

- A. Кучли ва кучсиз томонлар, имкониятлар ва таҳдидлар
- B. Ижтимоий, технологик, иқтисодий, сиёсий омиллар
- C. Педагог кадрлар салоҳияти, давомат
- D. 11 синф битирувчилари сони, демографик омиллар

11. Меҳнат жамоаларидаги энг нохуш ҳолат

- A. низолар;
- B. ихтилофлар;
- C. келишмовчилик;
- D. ҳамма жавоблар тўғри.**

12. Таълим муассасанинг кучли ва кучсиз томонлари қайси метод орқали аниқланади?

- A. БКГ матрицаси ёрдамида;
- B. STEP таҳлили ёрдамида;
- C. SWOT таҳлили ёрдамида;
- D. GM матрицаси ёрдамида.

13. Таълимда маркетинг тадқиқотлари бу...

- A. Таълим тизимида маркетинг хизматига доир муаммолар бўйича маълумотларни тўплаш, қайд этиши ва таҳлил қилиш жараёни
- B. Таълим характеридаги хизмат кўрсатиш ва уни таркибини кенгайтириш
- C. Фирма имкониятларини бозордаги аниқ бир вазиятга мослаштириш
- D. Иш берувчилар билан ёлланма ишчиларнинг тенг ҳуқуқли ҳамкорлиги

14. Меҳнат бозорини тартибга солишда давлат дастурлари қандай вазифаларни бажаради?

- A. давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, иш берувчилар, касаба уюшмалари, нодавлат ташкилотлари, фуқароларнинг ўзини-ўзи бошқариш органлари ўртасида ҳамкорлик ўрнатиш;
- B. дастурлар керакли йўналишда меҳнат бозорини иқтисодий ривожланишини таъминлайди, турли даражадаги иқтисодий ва ижтимоий масалаларни ечишнинг самарали воситаси;
- C. тадбиркорлик фаолиятининг ҳамма томонларини бошқариш жараёни бошқариш ва алоқалар ўрнатиш тартибини белгилаш;
- D. мутахассис кадрларга бўлган талаб ва эҳтиёжни ўрганиш ва улар асосида ижтимоий ҳамкорлик учун шароит яратиш.

15. Меҳнат бозори динамикасига таъсир кўрсатувчи омилларни аниқланг?

- A. демографик, ижтимоий ва иқтисодий омиллар;
- B. ижтимоий, иқтисодий ва ташкилий-ҳуқуқий;
- C. демографик, ижтимоий ва ташкилий-ҳуқуқий;
- D. сиёсий, ижтимоий ва иқтисодий омиллар.

ГЛОССАРИЙ

Аграр муносабатлар – ер билан боғлиқ бўлган иқтисодий муносабатлар мажмуи.

Автократик услуб – бунда раҳбар қўл остидагиларининг фаолияти учун жавобгарликни ўз зиммасига тўлиқ олади. Барча мавжуд ахборотларни ўзи орқали ўтказишга ҳаракат қилади. Жамоа аъзоларини бевосита мулоқотда бўлишини чегаралаб қўяди. Танқидни кўтара олмайди, лекин ўзи танқид қилишни яхши кўради.

Бошқарув-бу танлов, карор қабул қилиш ва унинг бажарилишини назорат этиш жараёнидир.

Бошқарув услуби – бу бошқарув жараёнида юзага чиқадиган муаммоларни ҳал қилиш усуллари, йўллари мажмуидир.

Вазифа - эса ўз фаолият доирасидан ташқарида ҳам бўлиши мумкин.

Даромад – корхоналар, ташкилотлар, муассасалар ва айрим шахсларнинг бирор фаолият эвазига оладиган фойдаларнинг маълум қисмини пул ёки моддий бойлик сифатида давлат ҳисобига келиб тушиши.

Демократик раҳбарлик услуби – бундай раҳбарлик турида раҳбар ўз фаолиятини ўзининг гуруҳидаги жамоа аъзоларига таянган ҳолда олиб боради. Фаолият учун жавобгарлик бўйсинувчилар орасида тақсимланади.

Инновация – янгилик, янги кўринишдаги буюмларни технологияни ишлаб чиқаришга жорий этиш ва оммалаштиришга қаратилган ижодий фаолияти натижаси.

Касб—ҳунар таълимида маркетинг — бу ўқув муассасалари битирувчиларининг меҳнат бозоридаги рейтингининг етарли даражада юқори бўлишини ва уларнинг мулкчиликнинг турли шаклларидаги корхоналарда ишга жойлашишлари даражасининг юқорилигини таъминловчи таълим жараёнини ташкил этиш ва амалга ошириш билан боғлиқ барча масалаларни ўрганишга қаратилган тадбирлар тизими

тушунилади.

Либерал раҳбарлик услуби. Бунда раҳбар фаоллик кўрсатмайди, у фақат ахборот манбаи бўлиб хизмат қилади ёки уни ўзи йиғади, ишлаб чиқариш ва хўжалик масалаларини муҳокама қилиш расмий ҳарактерга эга бўлади, ишда ўзини ўзи танқид қилиш йўқ бўлади. Бундай раҳбарлар ташқаридан кўрсатиладиган таъсирга мойиллиги билан кўзга ташланиб туради.

Маркетинг – инглизча сўз бўлиб, «market» бозор. Бозор ҳолатини чуқур ўрганиш, олдиндан баҳоларни билган ҳолда мол ишлаб чиқариш ва сотувни ташкил қилиш орқали фойда олишни таъминлаш.

Маркетинг мухити – бу фирмадан ташқарида фаолият кўрсатадиган ва маркетинг хизмати раҳбариятининг тегишли мижозлар билан муваффақиятли ҳамкорлик ўрнатиш ва ривожлантириш имкониятларига таъсир кўрсатувчи фаол субъектлар ва кучлар йиғиндисидир.

Менежмент – иқтисодий муносабатлар устувор бўлган шароитларда муваффақиятли бошқаришни ташкил этиш.

Меҳнатга талаб – меҳнат бозорида бор бўлган ишчи кучига ижтимоий эҳтиёжларнинг умумий ҳажмини акс эттиради.

Меҳнат бозори - бозор иқтисодиётининг умумий кичик тизими тушунилиб, унда, бир томондан – иш берувчилар (ишлаб чиқариш воситаларининг эгалари), иккинчи томондан – ёлланма ишчилар ўзаро алоқада бўлади.

Мотивлаштириш - бу руҳий омил бўлиб, шахс фаоллигининг манбаи, сабаби, далили ва ҳар хил эҳтимолларидир. У ходимларни жонли меҳнат фаолиятига **рағбатлантирувчи кучли воситадир.**

Миссия – ташкилотнинг асосий ва умумий мақсади тушунилади.

Таълимда маркетинг тадқиқотлари - бу таълим тизимида маркетинг хизматида доир муаммолар бўйича маълумотларни тўплаш,

қайд этиш ва таҳлил қилиш жараёнидир.

Таълим менежменти – бу илмий асосда ташкил этилган, ўзига хос поғонавийликка асосланган бошқарувдир.

Таълим хизматлари - инсон фаолиятининг муайян билимлар йиғиндисини олиш натижасида қўлга киритилган фойдали самарани, шахсий ва ижтимоий эҳтиёжларни қондирувчи, бозор ва нобозор муносабатларни мужассамловчи аралаш неъмат.

Таълимда хизматлари маркетинг - бу таълим олувчиларнинг муайян сифат ва хусусиятларини шакллантиришга қаратилган таълим мақсадларига эришишда таълим жараёнида амалга ошириладиган тадбирлар мажмуасига кўрсатиладиган хизматлардир.

Таълим хизматлари бозоридаги талаб - биз харидорларнинг муайян миқдор ва сифатидаги таълим хизматларига тўлов қобилиятига эга эҳтиёжни тушунилади.

Таълим хизматлари бозоридаги таклиф – таълим муассасаси томонидан маълум давр мобайнида муайян нархда кўрсатиши мумкин бўлган маълум сифатдаги таълим хизматлари миқдорини тушунамиз.

Раҳбарнинг иш услуби – бу бошқарув жараёнида у ёки бу масалани ҳал қилишда унинг ўзига хос ёндошишидир.

Стратегия – грек сўзидан келиб чиққан бўлиб, «генерал махорати» маъносини билдиради.

Функция — бу латинча сўз бўлиб, бирор кимса ёки нарсанинг иш, фаолият доираси, вазифаси деган маъноларни билдиради.

Ходимларни танлаш ва режалаштириш – бу инсон омилига бўлган эҳтиёжни олдиндан аниқлашдир.

Эҳтиёж - одамларни ҳаракатга интиштирувчи, қўзғатувчи мотивдир.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947 – сонли Фармони.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 18 майдаги «Ўрта махсус, касб-хунар таълим тизимини янада ривожлантириш концепциясини ишлаб чиқиш бўйича Республика комиссиясини тузиш тўғрисида»ги Ф-4941 фармойиши.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 22 январдаги «2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили»да амалга оширишга оид давлат Дастури тўғрисида»ги ПФ-5308-сон Фармони.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 25 январдаги «Умумий ўрта, ўрта махсус ва касб-хунар таълими тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 5313-сон фармони.

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 3 февралдаги «Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг Ўрта махсус, касб-хунар таълими маркази фаолиятини такомиллаштириш тўғрисида»ги ПҚ-3504-сон қарори.

6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 25 майдаги «Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг Касб-хунар таълими маркази тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида»ги 391-сон қарори.

7. Касб-хунар таълими марказининг 2018 йил 27 августдаги «Касб – хунар таълими муассасалари раҳбар ва педагог ходимларнинг малакасини

ошириш тизими самарадорлигини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 147-сон буйруғи.

8. Абанкина Т.В., Вавилов А.И. Управление целевым капиталом образовательного учреждения // Справочник руководителя образовательного учреждения. 2008. № 4. С. 16-24.

9. Жалолов Ж., Аҳмедов И. Маркетинг тадқиқотлари. Т. - 2005 й.

10. Йўлдошев Н.Қ., Назаров Ф., Воҳидова М., Нишонова Ш., Ҳалқаро менежмент. Ўқув қўлланма. “Иқтисод-молия”, 2015.

11. Йўлдошев Н.Қ., Набоков В.И. Менежмент назарияси. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2013. - 433 б.

12. Йўлдошев Н.Қ. Стратегик менежмент. Дарслик. –Т.: ТДИУ, 2013. -230 б.

13. Йўлдошев Н.Қ., Азларова М.М., Ходжамуратова Г.Ю. Менежмент ва маркетинг асослари. Ўқув қўл. –Т.: ТДИУ, 2012.-258 б.

14. Карлик А.Е., Рогова Е.М., Тихонова М.В., Ткаченко Е.А. Инвестиционный менеджмент: Учебник. СПб.: Вернера Регена, 2012.

15. Хожиаҳмедов Ғ., Умаров Х., Яхъяева И.Н. Сифат менежменти. – Т.: Дарслик. ТТЕСИ, 2012.-200 б.

16. Қосимова Д.С. Менежмент назарияси. Дарслик. –Т.: Тафаккур бўстони, 2011.-335 б.

17. Умарходжаева М.Г. Операцион менежмент. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, 2017.

18. Фатхатдинов Р.А. Стратегический маркетинг. “Питер” Москва – 2006 г.

19. Jeffrey Wooldridge. Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data. MIT Press: Cambridge UK, 2010, pp. 752.

20. Chris Brooks. Introductory Econometrics for Finance. Cambridge University Press UK, 2014, pp. 540.

Электрон манбалар:

1. <http://www.lex.uz> – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси
2. www.norma.uz – Ҳуқуқий-ахборот портали
3. www.edu.uz – Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги сайти
4. www.mehnat.uz – Ўзбекистон Республикаси Меҳнат ва аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш вазирлиги сайти

МУНДАРИЖА

	КИРИШ	3
1-БОБ.	ТАЪЛИМ МЕНЕЖМЕНТИНИНГ ВАЗИФАЛАРИ ВА УНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ	
1.1.	Менежмент фанининг мазмун ва моҳияти	4
1.2.	Бошқарув вазифалари ва функциялари	8
1.3.	Бошқарув мактаблари	13
1.4.	Таълим менежментининг вазифалари	15
2-БОБ.	СТРАТЕГИК БОШҚАРУВ ВА РЕЖАЛАШТИРИШ	
2.1.	Таълимни бошқаришга тизимли ёндашув	20
2.2.	Стратегик бошқаруш ва режалаштириш	22
2.3.	Ходимларни танлаш ва режалаштириш	25
2.4.	Бошқарув маданияти.	29
3-БОБ.	РАҲБАРЛАРНИНГ БОШҚАРУВ ФАОЛИЯТИ САМАРАДОРЛИГИ	
3.1.	Раҳбарнинг иш услуби	33
3.2.	Менежментда мотивлаштириш тушунчаси ва назарияси	37
3.3.	Лидерлик ва унинг ўзига хос хусусиятлари	41
4-БОБ.	КАСБ-ҲУНАР ТАЪЛИМИ ТИЗИМИДА МАРКЕТИНГ ХИЗМАТИ КЎРСАТИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ	
4.1.	Маркетинг тушунчаси ва унинг тамойиллари	47
4.2.	Таълим хизматлари маркетинги тушунчаси, мақсади ва вазифалари.	51
4.3.	Таълимда маркетинг тадқиқотлари тушунчаси ва унинг йўналишлари	60

4.4.	Таълим муассасасининг маркетинг муҳити	66
5-БОБ.	МЕҲНАТ БОЗОРИ ЭҲТИЁЖИНИ ЎРГАНИШ УСЛУБЛАРИ, МЕҲНАТ БОЗОРИДА ТАДҚИҚОТЛАР	
5.1.	Меҳнат бозорининг мазмуни ва таркибий қисмлари	72
5.2.	Меҳнат бозоридаги буюртмачилар ва буюртмачиси бўлмаган шахслар талабини ўрганиш асосида таълим муассасаси қабули таклифини шакллантириш	79
	Амалий машғулотлар	82
	Тестлар	89
	Глоссарий	93
	Фойдаланилган адабиётлар рўйхати	96