

MARKETİNQ XİDMƏTİ

UOT 37.0

Aytən Elçin qızı Quliyeva
fəlsəfə doktoru proqramı üzrə doktorant
Azərbaycan Respublikasının Təhsil İnstitutu

ALİ PEDAQOJİ TƏHSİL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MARKETİNQ XİDMƏTİNİN TƏŞKİLİNİN NƏZƏRİ ƏSASLARI

Айтен Эльчин гызы Гулиева
докторант по программе доктора философии
Институт Образования Азербайджанской Республики

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ВЫСШИХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Aytan Elchin Quliyeva
doctorial student in the program of doctor of philosophy
Institute of Education of the Republic of Azerbaijan

THEORETICAL BASIS OF ORGANIZATION OF MARKETING SERVICE IN HIGHER PEDAGOGICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Xülasə. Məqalədə ali pedaqoji təhsil müəssisələrində marketing xidmətinin təşkili və idarə edilməsindən bəhs edilmişdir. Ali pedaqoji təhsil müəssisələrində marketing xidmətinin digər ölkələrdə həyata keçirilməsi və eyni zamanda ölkəmizdə bu sahədə vacib olan zəruri tələblərinin təşkili barədə tədqiqat işi aparılmışdır.

Açar sözlər: *Ali pedaqoji təhsil müəssisələrində marketing, təhsil xidmətləri, TEMPUS/TASIS proqramları, marketingin missiyası.*

Резюме: В статье рассматриваются вопросы организации и управления маркетинговыми услугами в высших педагогических учебных заведениях. Проведены исследования по внедрению маркетинговых услуг в высших педагогических учебных заведениях других стран, а также организации необходимых требований в этой сфере в нашей стране.

Ключевые слова: *маркетинг в высших педагогических учебных заведениях, образовательные услуги, программы TEMPUS / TACIS, маркетинговая миссия.*

Summary: The article discusses the organization and management of marketing services in higher pedagogical education institutions. Research has been conducted on the implementation of marketing services in higher pedagogical educational institutions in other countries, as well as the organization of the necessary requirements in this area in our country.

Key words: *Marketing in higher pedagogical educational institutions, educational services, TEMPUS / TACIS programs, marketing mission.*

Müasir zamanda sosial şəbəkələrin önəmi hər bir sahəyə müsbət təsir etmişdir ki, o cümlədən ali pedaqoji təhsil müəssisələri özləri haqqında informasiyaların, verilən suallara cavabların operativliyinin təmin olunması, ali pedaqoji

təhsil müəssisələrinin sosial şəbəkələrdə tanıtım çarxlarının, təhsil müəssisələrinin xidmətlərinin, tələbə mübadilə proqramlarının, beynəlxalq əməkdaşlıqların, internetdə olan rəsmi veb sahələrinin və digər marketing sahəsinə aid olan

vacib elementlərinin verilməsi ilə geniş tələbə, lazımı müəllim-professor heyəti, tələb olunan mütəxəssislər və başqa təhsil iştirakçılarının maraqlarını özündə toplaya bilər. Zamanımızın ən məşhur sosial şəbəkələrinə facebook, instaqram, youtube və s. aid etmək olar.

Dünyaca məşhur ali təhsil müəssisələrinin hər birinin facebookda və instaqramda rəsmi səhifələri vardır ki, maraqlı olan şəxslər bu sosial şəbəkələrə daxil olaraq həmin təhsil müəssisələri haqqında ətraflı məlumatlar əldə edir, qeyd edilən ali təhsil müəssisələrinin layihələrində, tələbə mübadilə proqramlarında, müxtəlif pedaqoji və ya digər treninqlərində peşəkar müəllim-professor heyətləri ilə münasibət quraraq əlaqələr yaradır. Məsələn, Türkiyənin Marmara Universitetinin facebookda rəsmi səhifəsində maraqlı marketing elementlərindən olan onlayn treninqlərin, tanıtım videoçarxlarının, müxtəlif tələbə mübadilə proqramlarının təşkili universitetə olan maraqları cəmləmişdir. Avropa ölkələrindən isə Böyük Britaniyanın dünyaca məşhur olan Oksford, Mançestr, London və York universitetlərini misal olaraq youtube daxilində müxtəlif tanıtım videoları həmçinin gəncləri maraqlandıran aksiyaların keçirilməsi nəticəsində özlərinə çox böyük diqqət cəlb etmişdir. Azərbaycanda pedaqoji sahədə fəaliyyət ali təhsil müəssisələrinin çoxusunun sosial şəbəkələrdə rəsmi səhifələri olmasına baxmayaraq özündə gənclərin və o cümlədən, digər maraqlı şəxslərin marağını cəlb etməməkdədir. Bunun səbəbi kimi sosial şəbəkələrdən düzgün istifadə edilməməsi həmçinin lazımi marketing elementlərinin olmaması və ya bu sahəyə diqqətin ayrılmasıdır.

Azərbaycan Respublikasının ikinci dəfə müstəqillik qazanması hər bir sahədə olduğu kimi təhsil sahəsində də yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoymasını labüd etmişdir. Belə ki, SSSR ölkələrində o cümlədən Azərbaycanda təhsilin bir neçə mərkəzdən (Xalq Maarifi Nazirliyi, Ali və Orta İxtisas Təhsili Nazirliyi və Dövlət Texniki Peşə Təhsili Komitəsi tərəfindən) idarə olunması bu sahədə geriləmə hallarına səbəb olmuş, ənənəvi təhsil sisteminin uzun illər stabil saxlanmışdır.

Müstəqilliyimizin yeni çağlarında təhsil islahatları ilə bağlı geniş tədbirlər həyata keçirilərək, təhsil sahəsində dövlət siyasəti bərqərar oldu. Təhsil sahəsində dövlət siyasətinin olması

yenidən müstəqilliyini qazanan respublika üçün çox əhəmiyyətli olmuşdur. Təhsil sahəsinin vacib hissəsindən olan ali pedaqoji təhsil müəssisələri isə bu siyasətin həyata keçirilməsində özünəməxsus rol oynamışdır. Əmək bazarının formalaşması bilavasitə savadlı, peşəkar pedaqoji kadrların, mütəxəssislərin hazırlanmasından keçir. Böyük ədibimiz olan Nizami Gəncəvinin sözü ilə desək kamil bir palançı olsa da insan, yaxşıdır yarımçıq papaqçılıqdan. Məsələn olaraq, bir müəllimin önəmini belə izah etmək olar ki, müəyyən ixtisasa sahib olan pedaqog ölkəmiz üçün savadlı, peşəkar gənclər yetişdirə bilər, bu isə ölkə üçün çox faydalı hesab olunur, elə bu səbəbdən pedaqoji mütəxəssislər daima öz üzərlərində çalışmalı, yeniliklərə yəni innovativ biliklərə sahib olmalı və müasir dövrün tələbatına uyğun olaraq informasiya kommunikasiya texnologiyalarından istifadə etməyi bacarmalıdır.

“Azərbaycan Respublikası təhsil haqqında qanununda təhsilin əsas prinsiplərindən biridə inteqrasiyadır. İnteqrasiya sahəsində beynəlxalq təhsil sahəsində olan əlaqələr vasitəsi ilə təhsilimizin daima qarşılıqlı fəaliyyəti ilə inkişafa nail olunmuşdur” (2, s. 13). “1999-cu il iyunun 19-ü tarixində Bolonya şəhərində 29 Avropa ölkəsinin təhsil nazirlərinin xüsusi konfransında “Avropa Ali təhsil məkanı” bəyannaməsi və ya Bolonya bəyannaməsi qəbul etməsi Bolonya sisteminin təməlini təşkil etdi və Azərbaycan Respublikası bu prosesə 2005-ci il may ayının 19-da Norveçin Berqen şəhərində keçirilən konfransdan sonra qoşulmuşdur” (4, s. 335).

Vətənimizin Bolonya sistemə qoşulmaqda əsas məqsədi Avropa təhsil məkanına inteqrasiya etmək olmuşdur. Ölkəmizdə ali təhsil müəssisələri Yunesko, Yunisef, Yunevok, İsesko, Avropa təhsil fondu, Avropa şurası və Avropa İttifaqı və başqa məşhur beynəlxalq təşkilatları ilə fəal əməkdaşlıq edirlər. Bu təşkilatların həyata keçirdiyi TEMPUS/TASIS proqramlarına ölkəmizin ali təhsil müəssisələrindən Bakı Dövlət Universiteti, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Dövlət İdarəçilik Akademiyası, Azərbaycan Dövlət Neft Akademiyası, Azərbaycan Dillər Universiteti, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti, özəl ali təhsil müəssisələrindən isə Qərb Universiteti və Xəzər Universiteti qoşulmuşdur. Azərbaycan Respublikası

həmçinin ABŞ, Fransa, Böyük Britaniya, Qazaxıstan, Almaniya, Rusiya, Çin, Yaponiya, İsrail, Cənubi Koreya, Səudiyyə Ərəbistanı Krallığı, Türkiyə, İran, Misir, Hindistan, Ukrayna, Gürcüstan, Moldova, Çexiya, Slovakiya, Özbəkistan, Polşa və s ölkələrlə təhsil sahəsində əməkdaşlıq etməkdədir. Azərbaycan Respublikası artıq ali təhsil sahəsində təhsil sənədlərinin və elmi dərəcələrin tanınması ilə bağlı aşağıdakı beynəlxalq konvensiyalara qoşulmuşdur:

– Avropa regionu dövlətlərində ali tədris kurslarının, ali təhsil diplomlarının və elmi dərəcələrin tanınması haqqında YUNESKO-nun 1979-cu il Paris Konvensiyası;

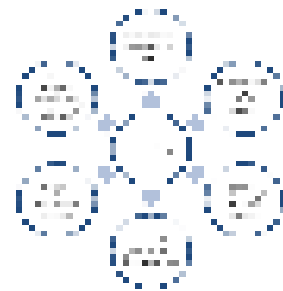
– Asiya və Sakit Okean ölkələrində tədris kurslarının, ali təhsil sahəsində diplomların və elmi dərəcələrin tanınması haqqında YUNESKO-nun 1983-cü il Banqkok Regional Konvensiyası;

– Avropa regionunda ali təhsil sahəsində ixtisasların tanınması haqqında 1997-ci il Lissabon Konvensiyası.

Ali pedaqoji təhsil müəssisələrinin beynəlxalq əlaqələrindən bəhs edildiyi zaman tələbə mübadilə proqramlarını da unutmamaq olmaz. Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universitetini misal olaraq göstərdikdə, burada tələbə mübadiləsi üçün erasmus və mövlana proqramlarından eyni zamanda magistratura ixtisası üçün nəzərdə tutulmuş ADPU və Corc Vaşinqton Universiteti arasında ikili diplom proqramından yararlanan tələbələrımız bilik, bacarıq və təcrübələrinin daha da genişləndirməkdədirlər. Tələbə mübadilə proqramları tələbələrin və eyni zamanda müasir biliklərin bölüşməsində dünyaya açılan bir qapıdır. Beynəlxalq əlaqələrin yaradılması ilə pedaqoji ali təhsil müəssisələrində bir çox uğurlara imza atmaq mümkündür və bu kimi proqramların çox olması inkişafa aparıcı istiqamətdir. Pedaqoji sahədə mütəxəssis və kadrlar beynəlxalq kursların, treninqlərin, təlimlərin vasitəsi ilə daha çox biliklər əldə edirlər, həm də bu marketingin bir hissəsi kimi digər xarici vətəndaşların, tələbələrin, müəllim-professor heyətinin və digərlərinin maraqlarının cəlb edilməsi istiqamətindən önəmlidir. Məsələn ADPU-nin ingilis dili ixtisası tələbələrinin və eyni zamanda müəllim-professor heyətinin xarici universitet nümayəndələri ilə onlayn görüşünün təşkili həm tələbələrdə həm də müəllim-professor heyətində əlavə stimula verəcəkdir.

“Təhsil xidmətlərinin formalaşması və ali pedaqoji təhsil müəssisələrinin fəaliyyəti üçün bazar şəraiti, ali təhsil müəssisələrinin idarə olunması istiqamətində yeni təşkilati, mədəni, sosial və iqtisadi mexanizmlərin yaranmasını tələb edir” (3, s. 312). Ali pedaqoji təhsil müəssisələrinin idarəedilməsində təhsil müəssisəsinin marketing konsepsiyasının olması vacib hala gəlmişdir. Müxtəlif faktorlardan asılı olaraq, hər bir pedaqoji universitet öz marketing idarəçiliyinin konsepsiyasını seçməli və hədəfə çatmaq üçün müəyyən edilmiş vasitələrdən istifadə etməlidir. Ali pedaqoji təhsil sahəsində marketing potensialının reallaşdırılmasına ehtiyac və perspektivlər bu sahədə çalışan mütəxəssislər tərəfindən araşdırılaraq konkret addımlar atılmalıdır. “Ali pedaqoji təhsil müəssisələrinə dövlət dəstəyi olmadan öz-özünü maliyyələşdirilməsi Azərbaycan Respublikası təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyasının yeddinci hissəsində strateji hədəflər və tədbirlər bölməsinin 5.3 bəndində qeyd edilmişdir” (1, s. 6).

Strategiyanın hədəfini əsas götürərək qeyd etmək istərdim ki, ali pedaqoji təhsil müəssisələrinin özlərini iqtisadi baxımdan təmin etməsi üçün bu sahədə marketingə çox ehtiyac duyulur. Pedaqoji marketing bu yöndə fəaliyyəti həyata keçirən ali təhsil müəssisələri üçün bazar mühitinin quruluşu və tendensiyaları, o cümlədən təhsil sahəsində marketingin missiyası, vasitələri və funksiyaları, prinsipləri və metodları, təhsil xidmətlərinin təsviri inkişafa aparıcı yolda işiq olacaqdır. Ali pedaqoji təhsil müəssisələrində marketing fəaliyyətinin əsas sahələrindən biri də, ali pedaqoji təhsilin optimal strategiya və taktikasının formalaşması üçün marketing araşdırmalarının aparılmasıdır. Tədqiqatın nəticələrinə görə tələb olunan mütəxəssislərin formalaşmasının sistemi aşağıdakı cədvəldə qeyd edilmişdir (Şəkil 1):



Şəkil 1.

Deməli, burada pedaqoji sahədə fəaliyyət göstərən ali təhsil müəssisələri üçün uyğun mühitin yaradılması üçün zəruri hesab edilən beynəlxalq səviyyədə ali pedaqoji təhsil standartlarına uyğun ixtisasların modernləşdirilməsi, pedaqoji – sahədə təhsil xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi, fərdi karyeralarını inkişaf etdirmək həmçinin pedaqoji sahədə ali təhsil müəssisələrinin məzunların əmək bazarındakı rolunu artırmaq üçün müxtəlif kurs və treninqlərin təşkili, iqtisadi baxımdan ali pedaqoji təhsil müəssisələrinin özünü maliyyələşdirməsinin artırılması, ali pedaqoji təhsil müəssisələri arasında rəqabət mühitinin formalaşması, elmi-texniki tərəqqi sayəsində internet resurslarından və sosial şəbəkələrdən səmərəli istifadənin genişləndirilməsi, əmək bazarında pedaqoji mütəxəssislərə olan tələbə təsir göstərən

bir sıra kəmiyyət və keyfiyyət faktorlarının müəyyənləşdirilməsindən bəhs edilmişdir.

Problemin aktuallığı. Təhsil bazarında ali pedaqoji təhsil müəssisələrinin marketing sahəsində olan nəzərə çarpacaq geriliyin qarşısının alınması və pedaqoji universitetlərdə təhsil xidmətlərinin formalaşdırılması əsas aktual mövzudur. Bununla yanaşı, pedaqoji yöndə ali təhsil müəssisələri üçün marketing strategiyasının vacibliyi nəzərə çatdırılmışdır.

Problemin elmi yeniliyi. Pedaqoji ali təhsil müəssisələrinin marketing xidmətlərinin istifadə edilməsi araşdırılmış və izah edilmişdir.

Problemin praktik əhəmiyyəti. Ölkəmiz üçün təhsil siyasətinin önəmi gələcək nəslin savadlanması bütün təhsil müəssisələri kimi ali pedaqoji təhsil müəssisələri üçün də önəmli olmuşdur. Burada pedaqoji sahədə fəaliyyət göstərən ali təhsil müəssisələrinə bu sahədə yeni olan marketing xidmətləri haqqında fikir və tövsiyələr verilmişdir.

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası. -Bakı, -2013.
2. Azərbaycan Respublikasının Təhsil sahəsində İslahat Proqramı. –Bakı, -1999
3. Ü.H. Rzayev, S.M. Məmmədov, Ş.N. İsmayılov. Təhsilin idarə olunmasının əsasları. Bakı: Mütərcim - 2010, - 476 s
4. Bolonya Beyannamesi ve Kosova Eğitim Sistemi. -Ankara: Bay Yayınları.-2008 -360 s

E-mail: ladypolite@mail.ru

Rəyçilər: *ped.elm.dok., prof. P.B. Əliyev,*
ped.ü.fəls.dok., dos. M.S. Kazımov

Redaksiyaya daxil olub: 03.11.2021.