TSUE

YASHIL

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№5 (2)

ISSN: 2992-8982

https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/

2026

YASHIL
IQTISODIYOT&TARAQQIYOT
Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Elektron nashr. 2026-yil, may.
2-qism

Bosh muharrir:
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o‘rinbosari:
Karimov Norboy G‘aniyevich

Muharrir:
Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay’ati:
Salimov Oqil Umrzoqovich, O‘zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O‘zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, “Nobel” mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a’zosi, Turkiya – O‘zbekiston do‘stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G‘afforovna, pedagogika fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug‘aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko‘nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo‘ja o‘g‘li, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Faxridinov Zafarjon Faxridin o‘g‘li, O‘zb. Res. Bosh prokuraturasi HIJQKD boshqarma boshlig‘i
Utayev Uktam Choriyevich, Anijon viloyati prokurorining o‘rinbosari
Ochilov Farkhod, O‘zb. Res. Bosh prokuraturasi IJQK Departamentining Namangan viloyati boshqarmasi boshlig‘i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o‘g‘li, texnika fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), katta o‘qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o‘g‘li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o‘g‘li, TDIU katta o‘qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra’no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT
Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:
Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhriddinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Fakhridinov Zafarjon Fakhridin ogli, Head of the DCEC under the Prosecutor Genera's Office of the Rep. of Uzb.
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Prosecutor of Anijan Region
Ochilov Farkhod, Head of the Namangan Regional Department of the Department of Internal Affairs of Rep. of Uzb.
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow))
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:
Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po‘latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
G‘afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o‘qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja’sur Artiqboy o‘g‘li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:
Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Khusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Rakhimovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridakhon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo‘jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko‘rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: “Ma’rifat-print-media” MChJ
Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O‘zR Tabiat resurslari vazirligi, O‘zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:
““Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali
O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-sonli qarori bilan ro‘yxatdan o‘tkazilgan.

MUNDARIJA

TIJORAT BANKLARIDA MOLIYAVIY HISOBOTLAR TAHLILINI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MUAMMOLARI VA ULARNI BARTARAF ETISH YO‘NALISHLARI 12
Xudoyberdiyev Ulug‘bek Axmad o‘g‘li

O‘ZBEKISTON KOMPANIYALARIDA DIVIDEND SIYOSATI JOZIBADORLIGINI OSHIRISH 16
Shermuxamedov Akmal Komiljonovich

РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ФИНТЕХА И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА 21
Салимова Зиёда Рустамжон қизи

ELEKTR TARMOQLARI KORXONALARIDA YO‘QOTISHLAR HISOBI UCHUN ISHCHI HISOBVARAQLARI TIZIMINI ISHLAB CHIQISH 27
Xojimurodov Zuxriddin Shukurullo o‘g‘li

RAQAMLI MUHITDA BANK XIZMATLARINI MASOFADAN KO‘RSATISHNI TAKOMILLASHTIRISH 32
Azlarova Aziza Axrorovna

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA SOLIQ ORGANLARI FAOLIYATINI SUN’IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARI ASOSIDA BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI 36
Soyibova Matluba Ahmedboyevna

O‘ZBEKISTONDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATINI STRATEGIK BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING USTUVOR YO‘NALISHLARI 41
M.O. Yo‘ldoshova

NARXLARNI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY KONSEPSIYASI SIFATIDA DINAMIK NARX SHAKLLANTIRISH 45
Anvar Deberdiyev

SOLIQ MA‘MURCHILIGINI RAQAMLASHTIRISH VA RIVOJLANTIRISH ORQALI YASHIRIN IQTISODIYOT KO‘LAMINI QISQARTIRISH YO‘LLARI 49
Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich

STARTAP EKOTIZIMLARINI RAG‘BATLANTIRISHNING SOLIQ MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH: GLOBAL MUAMMOLAR VA HUDUDIY IMKONIYATLAR 55
Ishimova Mohinur Absalomovna

UMUMIY OVQATLANISH TIZIMIDA B2B MARKETINGINI JORIY ETISH. (XORAZM VILOYATI MISOLIDA) 61
Zakirova Gulnoza Qudratovna, Aliyeva Gulnora Ildarovna

TIBBIYOT TASHKILOTLARIDA NOMOLIYAVIY AKTIVLAR HISOBI AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI 67
Iskanov Xoljigit Nurkosimovich

RAQAMLI TA’LIM TEXNOLOGIYALARINI RIVOJLANTIRISH MARKAZIDA ICHKI AUDIT TIZIMINI TASHIL ETISH AMALIYOTI 73
Suyunov Yorqin Bekmurodovich, Nazarov Ubaydulla Abdumannapovich

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA MONOPOLIYAGA QARSHI SIYOSATNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI 79
Yuldashev Akmal Kiyomovich

TOG‘-KON KORXONALARIDA TEXNOLOGIK TIZIM HOLATINI BAHOLASH VA IQTISODIY SAMARADORLIK ZAXIRALARINI ANIQLASH 83
Abirova Nargizabonu

YASHIL IQTISODIYOT TAMOYILLARI VA ULARNING MILLIY RIVOJLANISHI 88
Turayev Abduvohid Kuldashevich

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

IQTISODIYOTNING INNOVATSION TARAQQIYOTI SHAROITIDA MEHNAT RESURSLARIDAN SAMARALI FOYDALANISHDAGI XORIJ MAMLAKATLAR TAJRIBASI 93
Artiqova O‘g‘iljon Zafar qizi

O‘ZBEKISTON MILLIY TELERADIOKOMPANIYASI IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA SEMIR MODELIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI 101
Rustamov Zafar

QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH TANNARXINI PASAYTIRISHNING IQTISODIY MEXANIZMLARI 107
Metyakubov Azamat Djumanazarovich

BUXORO ARK ANSAMBLI TURISTIK SIG‘IM IMKONIYATLARINI BAHOLASH 111
Sulaymonova Malika Maxmudovna, Qilichov Muhriddin Husniddin o‘g‘li

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ПЛАНИРОВАНИЯ, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ 116
Муродов Шавкатжон Фарходович, Зайналов Ж. Р.

XALQARO MOLIYA INSTITUTLARI ISHTIROKIDAGI INVESTITSION LOYIHALARNI AMALGA OSHIRISHDA MAVJUD MUAMMOLAR VA ULARNI BARTARAF ETISH YO‘LLARI 121
Ochildiyeva Naima Mengziya qizi, Ollokulova Feruza Mansurovna

TIJORAT BANKLARINING KREDITLASH AMALIYOTIDA SUN’IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH 127
Melibayev Sodir Adilovich

TIJORAT BANKLARI RENTABELLIGINI TA’MINLASHDA AKTIVLAR VA REGULYATIV KAPITALNING O‘RNI 135
Sheraliev Abbos Xolmuminovich

DIGITAL TRANSFORMATION OF DECISION-MAKING IN THE NATIONAL ELECTRICITY GRID OF UZBEKISTAN 140
Abdumalik A. Djumanov, Mukhlisa M. Gafurova, Tursunmurod R. Sobirov

VIRTUAL IQTISODIYOTNING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH MEXANIZMLARI 147
Yuldashev Adhamjon Axadjonovich

O‘ZBEKISTON QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORINING RIVOJLANISH HOLATI VA INSTITUTSIONAL TUZILMASI 152
Shamsiddinov Ne’matjon Ashurali o‘g‘li

ASOSIY VOSITALAR HISOBI VA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH 157
To‘ychiyeva Dilnoza Farxod qizi

ELEKTRON TIJORAT BOZORIDA RISKLARNI BAHOLASH MASALALARI 162
Aripov Ulug‘bek Bahodirovich

UY-JOY BOZORINI IPOTEKA KREDITLASH AMALIYOTI ORQALI INTEGRATSIYA QILISH: O‘ZBEKISTON SHAROITIDA RIVOJLANISH YO‘NALISHLARI 166
A’zamxo‘jayeva Nihola Sulaymon qizi

HUDUDIY INVESTITSIYA TARKIBINING IQTISODIY SAMARADORLIKKA DINAMIK TA’SIRINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH (SURXONDARYO VILOYATI MISOLIDA) 171
Mirzakulova Risolat Musurmankulovna

KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATINI KREDITLASH TARTIBINI TAKOMILLASHTIRISH 175
Bo‘taev O‘tkir Eshboevich

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI MOLIYALASHTIRISHNING INNOVATSION USULLARINI TAKOMILLASHTIRISH 181
Umarova Malika Nematjanovna

РАЗВИТИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЗЕЛЕНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ КАК ФАКТОР СТАНОВЛЕНИЯ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ 187
Рахмонов Джамшид Одил угли

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ КУЛЬТУРЫ УЗБЕКИСТАНА 194
Абдусаламова Фарогат Сунатиллаевна

BANK XIZMATLARI KO‘RSATISH MEZONLARINI ANIQLASH VA ULARNI BAHOLASH 200
Avazbek Jo‘rayev

BARQAROR TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA EKOLOGIK OMILLARNING IQTISODIY AHAMIYATI 207
Kuymuratova Matlubaxon Abdimanabovna

ASALARICHILIK XO‘JALIKLARIDA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI 211
Berdimuratov Kuanishbay Genjebaevich

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ПРОЕКТОВ И ПРОГРАММ 215
Абдупаттоев Абдухакимжон Абдулхамид угли

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASINING “YASHIL” IQTISODIYOTGA O‘TISH STRATEGIYASI 228
Mohichexra Melikovna Mo‘minova

INKLYUZIV TURIZMNI RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI: XALQARO TAJRIBA TAHLILI 233
Dilbar Xasanovna Aslanova, Usmanova Zumrad Islamovna

TA’LIM TIZIMIDA MARKETING YONDASHUVI VA TAMOYILLARINI QO‘LLASHNING NAZARIY ASOSLARI 239
Musayeva Shoira Azimovna, Raxmonova Aziza Tolibovna

MEHMONXONALAR VA OILAVIY MEHMON UYLARI RIVOJLANISHINING NAZARIY ASOSLARI 245
Boynazarov Ulug‘bek Egamberdiyevich

HUDUDLARNING TURISTIK SALOHIYATIDAN FOYDALANISH ORQALI ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI 250
Daminov Mirvoxid Isroilovich

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA YASHIL IQTISODIYOT RIVOJLANISHINING BARQAROR IQTISODIY O‘SISHGA TA’SIRI: MAKROIQTISODIY VA TARMOQ KO‘RSATKICHLARI ASOSIDA TAHLIL 255
Iminoxunov Abdukoxor Abdivaitovich

OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA JARAYONLARINING INNOVATSION SAMARADORLIKKA TA’SIRI 264
Abdunabiyev Sirojiddin G‘anijon o‘g‘li

ИССЛЕДОВАНИЕ АКТИВНОСТИ И СТАБИЛЬНОСТИ КАТАЛИЗАТОРОВ В ПРОЦЕССЕ ГИДРООЧИСТКИ НЕФТЕПРОДУКТОВ И ИХ РОЛЬ В ОХРАНЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ 271
Тураев Баходир Тиркашевич, Махманов Дониёр Махманович

SURXONDARYO VILOYATI HUDUDIY TURIZM BOZORINING MARKETING TAMOYILLARI ASOSIDAGI KOMPLEKS TAHLILI 276
Namozov Shahzod Maxmud o‘g‘li

INNOVATIVE TRANSFORMATION PROCESSES AND ADVANCED INTERNATIONAL EXPERIENCE IN THE FIELD OF AGRICULTURAL SERVICES 282
Djurayeva Dilnoza Davronovna, Boltayeva Shakhnoza Bebudovna

COMPARISON OF HOSPITAL-BASED AND HOME-BASED REHABILITATION AFTER CERVICAL SPINE SURGERY IN UZBEKISTAN 290
Shokhrukh Ziyavaddinov

O‘ZBEKISTON AKSIYADORLIK JAMIYATLARI MOLIYAVIY KOEFFITSIYENTLARI TAHLILI 299
Norqulov Mirsaid To‘lqin o‘g‘li

TIJORAT BANKLARIDA RAQOBAT MUHITINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI TAHLILI 306
Turdiyev Izatulla Ollaqulovich

XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA IJARA HISOBI TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI 312
Xoliqulova Yulduz Panji qizi

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

ELEKTR TARMOQLARI KORXONALARNING MOLIYAVIY BARQARORLIGIGA RAQAMLASHTIRISH VA INNOVATSIYALARNING O‘RNI: XORIJ TAJRIBASI 317
Mavlonov Ozod Ulug‘bekovich

QISHLOQ XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISHNING XORIJIY DAVLATLAR ILG‘OR TAJRIBALARI VA ULARNI MAMLAKATIMIZDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI 322
Rajapov Xayrulla Bekdurdiyevich, Sharipova Lobar Umrbek qizi

BANK TIZIMINI RAQAMLASHTIRISH ASOSIDA BOSHQARISHNING ILG‘OR XORIJIY TAJRIBALARI 330
Boltayev Zokirjon Otanazarovich

RAQAMLI IQTISODIYOT TRANSFORMATSIYASI SHAROITIDA TIJORAT BANKLARI TO‘LOV QOBILIYATINI TA’MINLASHNING INNOVATSION MEXANIZMLARI 334
Adilova Zohida Ikromjonovna

MOLIYAVIY AKTIVLAR TARKIBIDAGI DEBITORLIK QARZDORLIKLARINI MHXS TALABLARI ASOSIDA BAHOLASHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI 339
Umurzakov Dilshodbek Xakimovich

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ УДАЛЁННОЙ РАБОТЫ 345
Хамидов Далер Дилшодович

ISMOIL SOMONIY MAQBARASINING TURISTIK SIG‘IMINI BAHOLASH: BUXORO TARIXIY MARKAZI MISOLIDA 351
Choriyeva Dilovar Tohir qizi, Qilichov Muhriddin Husniddin o‘g‘li

CONSUMER TRUST IN UZBEKISTAN’S E-COMMERCE 356
Erkin Shavqiyev Professor, Ulugmurodov Farkhod

IMPROVING THE FINANCING SYSTEM OF EXPORT ACTIVITIES OF SMALL BUSINESS ENTITIES 362
Karamatdinova Aysawle Parakhatovna

XORIJIY OLIY TA’LIM MUASSASALARINING RAQAMLI MARKETING VOSITALARI TAHLILI: O‘ZBEKISTON SHAROITIDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI 369
Sharopova Nafosat, Xolmamatov Diyorbek

SURXONDARYO VILOYATIDA MEHNAT BOZORI RIVOJLANISHIGA TA’SIR ETUVCHI IJTIMOIY-IQTISODIY OMILLARNI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH 374
Islomov Bobur Bahodir o‘g‘li

XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA ASOSIY VOSITALARGA AMORTIZATSIYA HISOBLASH USULLARI VA AUDITORLIK HISOBOTINI TAKOMILLASHTIRISH 380
Xasanov Shoxrux Raximjonovich

O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTINI MODERNIZATSIYALASH SHAROITIDA REAL SEKTOR KORXONALARINING ROLI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI 385
Sobitova Ra’no Solidjonovna, Babaxadjayev Firdavs Bahodir o‘g‘li

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE NEW UZBEK CONSULTING SERVICES MARKET AND METHODS FOR ASSESSING THE POTENTIAL FOR ATTRACTING INVESTMENTS 388
Usmonova Dilfuza Ilkhomovna

RESPUBLIKAMIZDA UMUMIY OVQATLANISH SOHASI XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR VA ULARDAN FOYDALANISH 394
Kalanova Moxigul Baxritdinova

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA DAVRIDA KORXONA BOSHQARUVINING TASHKILIY-IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI 399
Azlarova Munira Muhammad-Amin qizi, Yoqubov Madaminbek Abdurahim o‘g‘li

BALIQCHILIK SOHASIDA TADBIRKORLIK MAJMUALARINI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISHNING ROSSIYA TAJRIBASI VA UNI O‘ZBEKISTONDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI 406
Rajapov Xayrulla Bekdurdiyevich

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

RIVOJLANGAN MAMLAKATLARDA CHIQINDILARNI BOSHQARISH TIZIMINING ZAMONAVIY MODELLARI 416
Xasanov Komil Mutalibjanovich

TOSHKENT VILOYATI QISHLOQ HUDUDLARIDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISHNING IJTIMOIY-IQTISODIY OMILLARI: EMPIRIK TAHLIL 421
Saidakbarova Ziyoda Doniyor qizi

METHODOLOGICAL FOUNDATIONS FOR FINANCIAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF ADDITIONAL ACTIVITIES IN FARM ENTERPRISES 426
Kalimbetov Khaliknazar Kurbanbaevich

KIMYO SANOATI KORXONALARIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH YO‘NALISHLARINI TAKOMILLASHTIRISH 432
Suyarov Shaxzod Salim o‘g‘li

XALQARO MOLIYA TASHKILOTLARIDAN O‘ZBEKISTONGA JALB ETILGAN IMTIYOZLI MABLAG‘LARNING SAMARADORLIGI 438
Turdiyeva Zarnigor Asqar qizi

NAVOIY VILOYATIDA TURIZM XIZMATLARINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH 442
Turayev Abduvoxid Kuldashevich

TIJORAT BANKLARIDA KREDIT RISKNI BOSHQARISHNING XORIJIY AMALIYOTI 448
Turg‘unov Nodirbek Muminjanovich

KORXONALARDA STRATEGIK REJANI ISHLAB CHIQISH DARAJALARI VA BOSQICHLARI 452
Zaripova Sayohat Zafarovna

IQLIM O‘ZGARISHINING AGRAR IQTISODIYOTGA TA’SIRI: NAZARIY YONDASHUVLAR VA XALQARO TAJRIBA 457
Ozodxon Mahmudovna Qo‘ziboyeva, Anvarbekov Fayzullo Rustamjon o‘g‘li, Rahmonova Xosiyatxon Fayzullo qizi

WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF BANKING SERVICES THROUGH THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND BIG DATA TECHNOLOGIES 462
Mamatova Sevara Ilhom kizi

O‘ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA RISK MENEJMENT TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH 470
Toshpulatov Davron Akromovich

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA YASHIL LOYIHALARNI MOLIYALASHTIRISH: HOLAT, MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR 477
Qorriyeva Shahnoza Safarbayevna

YASHIRIN IQTISODIYOTNING RASMIY IQTISODIYOTGA TA’SIRINI BAHOLASH MUAMMOLARI 482
Bobojonov Azimjon Akmal o‘g‘li

NAVOIY VILOYATI QIZILQUM CHO‘LLARIDA XALQARO TURIZMNI TASHKIL QILISH VA RIVOJLANTIRISHNING STRATEGIK YO‘NALISHLARI 486
Turayev Abduvoxid Kuldashevich

BARQAROR SHAHAR RIVOJLANISHINING ASOSIY OMILLARI VA ULARNING IQTISODIY O‘SISHGA TA’SIRI: TANLANGAN DAVLATLAR VA O‘ZBEKISTON MISOLIDA 493
Dadabayeva Nigora Muxamatxanovna, Jahongirova Muazzamxon Jahongir qizi

AUDIT TEKSHIRUVLARIDA AUDIT DALILLARINI YIG‘ISH AMALIYOTINI ZAMONAVIY IT TEXNOLOGIYALARDAN VA “MACHINE LEARNING” DAN FOYDALANGAN HOLDA TAKOMILLASHTIRISH (“IPAK YO‘LI” AITB MISOLIDA) 499
Eshqurbonov Bahrom Norsoat o‘g‘li

O‘ZBEKISTONDA OLIY TA’LIM BITIRUVCHILARINING MEHNAT BOZORIGA INTEGRATSIYASI: RAQAMLI KO‘NIKMALAR OMILINING ROLI 506
Eshbo‘riev Umarbek Rashidovich

KOMPANIYALAR MOLIYASINING BARQARORLIGINI TA’MINLASH YO‘LLARI 518
Rasulov Jasurbek Abdurasulovich

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

ZAMONAVIY BAHOLASH FAOLIYATIDA PYTHON DASTURLASH TILINI QO‘LLASHNING USLUBIY ASOSLARI VA ISTIQBOLLARI 522
Shaminov Abbosjon Faxriddin o‘g‘li

MINTAQADA SANOAT TARMOQLARIGA INVESTITSIYALARNI JALB ETISHNING TASHKILIY-IQTISODIY YO‘NALISHLARI 527
Maxmudov Jasurbek Ergashevich

HUDUDIY ASALARICHILIKNI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR VA ULARNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI 532
Sulaymonov Sherzod Nasivaliyevich

BARQAROR TURIZM VA UNING IQTISODIY RIVOJLANISHGA TA’SIRI 536
Sultonova Abduraimova Kamola Abdumannob qizi

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВ С УЧЕТОМ ESG-ПРИНЦИПОВ 542
Алиева Сусанна Сейрановна

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ РУКОВОДИТЕЛЯ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 548
Алибекова Паризода Раджаб кизи, Алимова Машҳура Тоирхоновна

KREDIT RESURSLARINING HUDUDIY IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA MOLIYAVIY SAVODXONLIKNING INSTITUTSIONAL ROLI 554
G‘aniyev Sanjar Poziljon o‘g‘li

SANOAT KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH INVESTITSIYALARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH 561
Qorabayev Shuxratjon Axmadjonovich

O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTIDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNI QO‘LLAB-QUVVATLASH ORQALI INKLYUZIV INVESTITSION MUHITNI RIVOJLANTIRISH 568
Irisqulova Munisa Akmal qizi

AGROKLASTERLARNING TASHKILIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI 573
Doliyev Samandar Toirovich

MINTAQADA IQTISODIYOT TARMOQLARINI DIVERSIFIKATSIYALASH USULLARI 579
Sapayev Azamat Rustamovich

MAKROIQTISODIY BARQARORLIKNI TA’MINLASHDA TASHQI SAVDO SIYOSATINING O‘RNI 583
Rustamova Nodira

GAVKUSHON ANSAMBLI MISOLIDA BUXORO TARIXIY MARKAZIDAGI MEROS OBYEKTLARINING TURISTIK SIG‘IM SALOHIYATI 587
Xolmurodova Moxichehra Dilmurodovna, Qilichov Muhriddin Husniddin o‘g‘li

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МНОЖЕСТВЕННОГО КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА С ПОМОЩЬЮ ПРИКЛАДНЫХ ПРОГРАММ 594
Ганиева Зулфия Самиевна

XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING IJTIMOIY AHAMIYATI 600
G‘aniyev M., Vannobova Gulhayo Tolibjon qizi

BUXORO TARIXIY MARKAZIDAGI ABDULAZIZXON VA ULUG‘BEK MADRASALARINING TURISTIK SIG‘IM IMKONIYATLARINI BAHOLASH 604
Ro‘ziqulova Feruza Qurbon qizi, Qilichov Muhriddin Husniddin o‘g‘li

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK FAOLIYATINI MOLIYAVIY RAG‘BATLANTIRISH HAMDA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHNING IQTISODIY-STATISTIK TAHLILI 612
Iskandarov Saidazamxon Salohiddin o‘g‘li

O‘ZBEKISTONDA NOSTANDART BANDLIK ASOSIDA KICHIK BIZNES RIVOJINI BAHOLASHNING ILMIY-USLUBIY ASOSLARI 621
Fayzullayev Nurulla Baxromovich

O‘ZBEKISTONNING QAYTA TIKLANADIGAN ENERGIYA MANBALARIGA O‘TISHI: MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR 627
Ro‘ziyeva Dilobar Isomjonovna, Jo‘ramurodova Feruza Mardon qizi

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

XARAJATLARNI BOSHQARISHNING NAZARIY YONDASHUVLARI VA USULLARI 633
Toshimov Azizbek Hakimovich

ГЛОБАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ МОДЕЛЕЙ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИИ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ПРОМЫШЛЕННУЮ ПОЛИТИКУ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН 636
Рахматов Феруз Касымович, Садикова Дилафруз Ражабовна, Рахматов Фирдавс Феруз угли

NODIR DEVONBEGI XONAQOHIDA TURISTIK SIG‘IMNI BAHOLASH: FIZIK VA HAQIQIY SIG‘IM TAHLILI 647
Odilova Muattar Akram qizi, Qilichov Muhriddin Husniddin o‘g‘li

“O‘ZBEKISTON – 2030” STRATEGIYASIDA IJTIMOIY HIMOYA TIZIMINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI 654
Zoya Xalekeyeva, Jamgirbaeva Nilufar Dauilbay qizi

O‘ZBEKISTON SUVEREN XALQARO OBLIGATSIYALARINING NISBATAN PAST FOIZ STAVKADA JOYLASHTIRILISHI: INVESTORLAR ISHONCHI VA MAKROIQTISODIY BARQARORLIK IFODASI 662
Toyirov Yunus Alamovich, Nazarov Qilich Xolmuradovich

РОЛЬ КРИТИЧЕСКОГО ЧТЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ МАРКЕТИНГОВОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ 668
Усманова Зумрад Исламовна

ДИЛЕММА ПЛАТОНА И ПОППЕРА: ИНТУИЦИЯ КАК АБСОЛЮТНАЯ РАЦИОНАЛЬНОСТЬ 673
Мулладжанова Хосият Яздонова

IQTISODIY TARAQQIYOTGA ERISHISHDA ERKIN IQTISODIY HUDUDLAR: KECHA, BUGUN VA ISTIQBOL 678
Boboqulov Sanjar Bahromqulovich

MILLIY VALYUTA KURSI DINAMIKASINING IQTISODIY O‘SISHGA TA’SIRI 684
Kurbanov Feruz Pirnazarovich, Xudaybergenov Yusufboy Murodovich

QURILISHDA DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK 690
B.K.Abdusamatov, F.Ablakulov

NNTLARNING IJTIMOIY AHAMIYATGA MOLIK LOYIHALARINI DAVLAT GRANTI SHAKLIDA MOLIYALASHTIRISHDA SAMARADORLIKNI OSHIRISHNING RAQAMLI MEXANIZMLARI 695
Xasanov Jahongir Botir o‘g‘li

TIJORAT BANKLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA BAZEL III STANDARTLARINING O‘RNI VA AHAMIYATI 701
Absamatov Anvar Ergashevich

B-READY XALQARO MEZONI: KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ORQALI KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISH ISTIQBOLLARI 706
Matniyozova Dilrabo Abdug‘apporovna

O‘ZBEKISTONDA XIZMATLAR SOHASINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH ISTIQBOLLARI 711
D.A. Togayeva

ORGANIK QISHLOQ XO‘JALIGI MAHSULOTLARINI SERTIFIKATLASH TIZIMI: YEVROPA ITTIFOQI TAJRIBASI VA O‘ZBEKISTON EKSPORT SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI 715
Dexkanova Shodiyona Kaxramon qizi, Axmedov Eldor Toyirovich

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA MAKROIQTISODIY KO‘RSATKICHLAR BARQARORLIGINI TA’MINLASH MEZONLARI 720
Kantureeva Asem Jambil qizi, Xudoyqulov Xurshid Xurramovich

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA MINTAQAVIY IQTISODIYOTNING TARKIBIY O‘ZGARISHLARINI INSON KAPITALI ORQALI RAG‘BATLANTIRISH MEXANIZMLARI 727
Xudayberganova Nazokat Shonazarovna, Masharipova Xosiyat Matrasulovna

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ГИДРОЭНЕРГЕТИКИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ЗЕЛЁНОЙ ЭКОНОМИКЕ 733
Габбарова Ильмира Володиевна

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

AUDITORLIK XULOSASI HAMDA AXBOROT TAQDIMOTI SIFATINI INTEGRATSIYALASH AHAMIYATI VA YO‘LLARI 738
Parpiyev Jaxongir Ilxomjonovich

INTEGRATION OF TRADE MARKETING AND E-COMMERCE: COMBINING ONLINE AND OFFLINE SALES CHANNELS 744
Mamatkulova Shoira Jalolovna

RAQAMLI TURIZM INFRATUZILMASINI BAHOLASHDA INTEGRATSION INDIKATORLAR TIZIMINI SHAKLLANTIRISH 750
Raximov Abror Zafarovich

THE ECONOMIC SIGNIFICANCE OF DEVELOPING PILGRIMAGE TOURISM IN UZBEKISTAN 754
Rajapova Gulnoza Maxmudovna

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ПРАКТИКА УЗБЕКИСТАНА 759
Ахмедова Газиза Азим кизи

THE IMPORTANCE OF DIGITALIZATION METHODS AND SUSTAINABILITY IN PROVIDING PRODUCTS AND SERVICES TO CUSTOMERS 763
Umarova Nargiza Mirakabarovna

NOMINAL ALMASHUV KURSI QADRSIZLANISHINING IQTISODIY O‘SISHGA TA’SIRI: O‘ZBEKISTON TAJRIBASI ASOSIDA ILMIY-TAHLILIY YONDASHUV 768
Toyirov Yunus Alamovich, Nazarov Qilich Xolmuradovich

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ ПОРТФЕЛЕМ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УЗБЕКИСТАНЕ 773
Жураева Нодирахон Фузулий кизи

MILLIY INNOVATSION TIZIMDA FAN TA’LIM VA ISHLAB CHIQARISH O‘ZARO UYG‘UNLIGI 779
Uzaydullayev Sherzod Shukurullayevich

O‘ZBEKISTONDA TURIZM SOHASIDA INNOVATSIYALARNING AHAMIYATI VA ULARNING TURIZM RIVOJLANISHIGA TA’SIRI 782
To‘raboyeva Kimiyoxon O‘rozbekovna, Asadov Baxshullo Xasanboy o‘g‘li

DAVLAT QARZI VA UNING RIVOJLANAYOTGAN MAMLAKATLARDA IQTISODIY O‘SISHGA TA’SIRI 786
Alimov Muhammad Yunus Muhammad ali o‘g‘li

RAQAMLI BOSHQARUV VA TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLAR ORQALI MINTAQAVIY OLIY TA’LIM MUASSASALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH 791
Dilmurodov Zuhriddin Do‘stmurod o‘g‘li

MAHALLA INSTITUTIDA KICHIK BIZNES VA OILAVIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ORQALI KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARI 795
Dawletmuratov Adilbay Mirzabaevich

MINTAQA IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDA TASHQI SAVDO OPERATSIYALARINI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA QILISH ASOSLARI 801
Masharipova Manzura Alimbayevna

ME’ROS OBYEKTLARIDA TURISTIK SIG‘IMNI MIQDORIY BAHOLASH: NODIR DEVONBEGI MADRASASI MISOLIDA 806
Ikromova Shaxinabonu Ilg‘or qizi, Qilichov Muhriddin Husniddin o‘g‘li

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA SOLIQ MA’MURCHILIGINI TAKOMILLASHTIRISH: MUAMMOLAR VA YECHIMLAR 813
Hujamuradov Abrorbek Ro‘zimurat o‘g‘li

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ 819
Ёдгоров Сардорбек Самадович

TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA BANK KREDITINING ROLINI OSHIRISH YO'LLARI 825
Daniyarov Quwatbay Dáwirxanovich, Tajimuratova Nelufar Vays qizi

INVESTITSION QURILISH KLASTERI VA UNING FAOLIYATI 833
Buriyev Xakim Toshimovich, Usmanov Ilxom Achilovich

DIVERSIFIKATSIYANING INVESTITSIYA PORTFELI SAMARADORLIGIGA TA'SIRI 837
Aktamov Bobirjon Mardon o'g'li

NODAVLAT OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA BOSHQARUV HISOBI TIZIMINI BARQAROR RIVOJLANISH VA RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASH MEXANIZMI SIFATIDA TRANSFORMATSIYA QILISH 844
Xojiboyev Muxiddin Shodimuxamedovich

BARQAROR BANK AMALIYOTLARI VA ULARNING PAST UGLERODLI IQTISODIYOTNI QO'LLAB-QUVVATLASHDAGI ROLI 850
Akmal Palvanov, Alisher Kalandarov

AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA KAPITAL VA AKTIVLAR MENEJMENTI: BOZOR QIYMATI HAMDA MOLIYAVIY NATIJALARNI KO'P OMILLI BAHOLASH 858
Jumatova Gulzar Mahmud qizi

TOSHKENTDA BARQAROR TURIZMNI RIVOJLANTIRISH: TURIZMNING ATROF-MUHIT VA INFRATUZILMAGA TA'SIRI 864
Shakobir Ashirboyev

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРАВА В РЕГУЛИРОВАНИИ ТРАНСГРАНИЧНОГО ЗАГРЯЗНЕНИЯ 873
Шафикова Луиза, Ойбек Камилов

TO'QIMACHILIK SANOATI KORXONALARIDA KO'P BOSQICHLI ISHLAB CHIQARISH HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH: IXTISOSLASHGAN ISH SCHYOTLARI TIZIMINI JORIY ETISH 883
Babakulova Matluba Kurbannazarovna

O'ZBEKISTONDA YOG'-MOY SANOATI KORXONALARINI BANK KREDITLARI ORQALI MOLIYALASHTIRISH MASALALARI 887
Azlarova Dilnoza Axrorovna

BANKLARNING QIMMATLI QOG'OZLAR BOZORIDAGI OPERATSIYALARI BILAN BOG'LIQ MUAMMOLARI VA ULARNING YECHIMLARI 891
Sultanmuratova Dilrabo Shaylavbekovna

O'ZBEKISTONDA MAISHIY QATTIQ CHIQINDILAR TIZIMINING HAYOTIY SIKL BAHOLASHI 896
Firas Halawani, Feruza Insavalieva

YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA KICHIK VA O'RTA BIZNESNING BARQAROR RIVOJLANISHI VA TURIZM BILAN INTEGRATSIYASI 906
Norboyev Sarvar Azodovich

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦИФРОВЫХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ГЛОБАЛЬНЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕПОЧКИ 911
Махмутходжаева Луиза Сайфулловна

TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA SAMARADORLIKNI OSHIRISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARI 917
Absamatov Asqar Ergashovich

IQTISODIY JARAYONLARNI MODELLASHTIRISHDA EKONOMETRIK USULLARNING O'ZIGA XOS JIHATLARI 921
Faxriddinova Sarvinoz Fazliddinovna

METHODOLOGY FOR ASSESSING SERVICE SECTOR COMPETITIVENESS AND MULTI-LEVEL INSTITUTIONAL-ECONOMIC MODELING 925
Usmonov Maxsud Tulqin o'g'li

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ВЫБОР ВУЗА АБИТУРИЕНТАМИ В УЗБЕКИСТАНЕ 939
Азгарова (Мурадова) Наргиза Улжаевна

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ВЫБОР ВУЗА АБИТУРИЕНТАМИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Азгарова (Мурадова) Наргиза Улжаевна
Д.ф.э.н. (PhD), доцент кафедры Экономики
Самаркандского филиала
Ташкентского Международного Университета Кимё,
независимый соискатель
Высшей школы бизнеса и предпринимательства при КМ РУз
ORCID: 0000-0002-0840-7708

Аннотация. В условиях стремительной цифровизации образовательного пространства социальные сети становятся одним из ключевых инструментов маркетинговых коммуникаций высших учебных заведений. Настоящее исследование посвящено анализу роли платформ Instagram и Telegram в процессе принятия абитуриентами решения о выборе вуза в Узбекистане. На основе онлайн-опроса 247 абитуриентов установлено, что 78 % респондентов используют социальные сети в качестве основного источника информации о вузе; 68 % считают отзывы студентов ключевым фактором при выборе образовательного учреждения; 64 % отдают предпочтение видеоконтенту как наиболее достоверному и информативному каналу коммуникации. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости совершенствования стратегий цифрового присутствия вузов, ориентированных на целевую аудиторию с умеренным уровнем цифровых компетенций. Исследование подчеркивает значимость эффективного использования социальных сетей в системе образовательного менеджмента и продвижения высшего образования.

Ключевые слова: социальные сети, выбор вуза абитуриентами, цифровой маркетинг в образовании, Instagram, Telegram, образовательный менеджмент.

Annotatsiya. Ta’lim makonining jadal raqamlashtirilishi sharoitida ijtimoiy tarmoqlar oliy ta’lim muassasalarining marketing kommunikatsiyalarida muhim vositalardan biriga aylanmoqda. Mazkur tadqiqot O‘zbekistonda abituriyentlarning oliy ta’lim muassasasini tanlash jarayonida Instagram va Telegram platformalarining o‘rnini tahlil qilishga bag‘ishlangan. 247 nafar abituriyent ishtirokida o‘tkazilgan onlayn so‘rovnoma natijalariga ko‘ra, respondentlarning 78 % i ijtimoiy tarmoqlarni oliy ta’lim muassasasi haqidagi asosiy axborot manbai sifatida baholagan; 68 % i talabalar fikr-mulohazalarini muhim omil deb hisoblagan; 64 % i esa videokontentni eng ishonchli va samarali kommunikatsiya kanali sifatida e’tirof etgan. Tadqiqot natijalari oliy ta’lim muassasalarining raqamli ishtirok strategiyalarini maqsadli auditoriyaning raqamli kompetensiyalari darajasini inobatga olgan holda takomillashtirish zarurligini ko‘rsatadi. Tadqiqot ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish oliy ta’lim marketingi va ta’lim menejmenti samaradorligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etishini tasdiqlaydi.

Kalit so‘zlar: ijtimoiy tarmoqlar, abituriyentlarning oliy ta’lim muassasasini tanlashi, ta’limda raqamli marketing, Instagram, Telegram, ta’lim menejmenti.

Abstract. In the context of the rapid digitalization of the educational environment, social media platforms are becoming one of the key tools of marketing communications for higher education institutions. This study examines the role of Instagram and Telegram in the decision-making process of university applicants in Uzbekistan. Based on an online survey conducted among 247 applicants, the findings reveal that 78 % of respondents use social media as the primary source of information about universities; 68 % consider student feedback to be a decisive factor in choosing a higher education institution; and 64 % prefer video content as the most reliable and informative communication channel. The results highlight the necessity of improving universities' digital presence strategies aimed at target audiences with moderate levels of digital competence. The study emphasizes the importance of effective social media utilization in educational management and higher education marketing.

Key words: social media, university choice by applicants, digital marketing in education, Instagram, Telegram, educational management.

ВВЕДЕНИЕ

Глобальная цифровая трансформация радикально изменила потребительское поведение в сфере образовательных услуг. Если ещё десятилетие назад абитуриенты полагались преимущественно на рекомендации родителей, печатные справочники и дни открытых дверей, то сегодня их информационное пространство во многом формируется лентами социальных сетей. По данным DataReportal, уровень проникновения интернета в стране достиг 79 %, а аудитория Instagram превышает 10 миллионов пользователей [1]. Мессенджер Telegram в Узбекистане фактически приобрёл статус национальной социальной платформы и охватывает аудиторию свыше 20 миллионов подписчиков в совокупности каналов и групп.

Несмотря на активное развитие цифровых коммуникаций в системе высшего образования Узбекистана, потенциал социальных медиа как фактора формирования выбора абитуриентов продолжает приобретать всё большую научную и практическую значимость. Большинство существующих исследований в данной области преимущественно посвящено особенностям функционирования самих социальных сетей [2–5]. В то же время современный Узбекистан характеризуется благоприятными демографическими тенденциями (медианный возраст населения составляет 29 лет), динамичным ростом количества высших учебных заведений — с 65 до 200 в период 2017–2024 годов, а также последовательным повышением уровня цифровой вовлечённости молодёжи. Данные процессы формируют уникальную среду для развития цифрового маркетинга и коммуникационных стратегий вузов. В этой связи социальные сети становятся не только эффективным инструментом взаимодействия с абитуриентами, но и важным механизмом повышения конкурентоспособности высших учебных заведений в условиях цифровой трансформации образовательного пространства.

Целью данного исследования является комплексная оценка влияния социальных сетей на формирование предпочтений абитуриентов при выборе высшего учебного заведения в Узбекистане. В рамках исследования предполагается выявить доминирующие платформы и типы контента, используемые абитуриентами при поиске информации о вузах; определить факторы цифрового присутствия высшего учебного заведения, оказывающие наибольшее влияние на намерение поступления; изучить отношение абитуриентов к интерактивному взаимодействию с приёмными комиссиями посредством социальных сетей; а также сформулировать практические рекомендации для служб маркетинга и приёмных комиссий.

Кроме того, в исследовании сформулирована гипотеза о том, что качество и интерактивность присутствия высшего учебного заведения в социальных сетях Instagram и Telegram оказывают статистически значимое положительное влияние на формирование намерения абитуриента подать заявление в данный вуз среди аудитории со средним уровнем цифровых компетенций.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

Базополагающим трудом в данной области принято считать работу Э. Константинидес и М. Стагно, в которой впервые был системно описан потенциал социальных медиа как инструмента маркетинга высшего образования [6]. Авторы провели сегментационное исследование европейских студентов и установили, что уровень доверия к информации, получаемой через социальные сети, уже в тот период

превышал доверие к традиционным каналам коммуникации, таким как печатные брошюры, дни открытых дверей и официальные сайты высших учебных заведений.

Спустя десятилетие С. Павар опубликовал систематический обзор научной литературы (n = 701 источник, базы данных Scopus и WoS), подтвердивший усиливающуюся фрагментацию исследовательского поля. В исследовании отмечается, что большинство научных работ ориентировано преимущественно на западные образовательные рынки и платформы Facebook и Twitter, тогда как роль Instagram, TikTok и мессенджеров остаётся недостаточно изученной. Результаты исследования показали, что усиливающаяся конкуренция между высшими учебными заведениями за привлечение студентов делает разработку эффективных стратегий присутствия в социальных сетях не дополнительным преимуществом, а необходимым условием конкурентоспособности.

Е.А. Ковалева в исследовании, проведённом на базе Самарский государственный социально-педагогический университет, осуществила интервьюирование абитуриентов 2022 года и установила, что студенты подразделяются на несколько типологических групп в зависимости от источников получения информации о вузе: «ориентированные на сеть» (сверстники и социальные медиа), «ориентированные на авторитет» (родители и преподаватели) и «самостоятельные» (поисковые системы и официальные ресурсы) [8]. При этом профориентационная деятельность в Telegram и VK продемонстрировала наибольшую эффективность для первой группы, составляющей около 40 % исследуемой выборки.

Особое значение для контекста настоящего исследования имеет работа Б. Усманов, в которой зафиксирован системный переход высших учебных заведений Узбекистана к использованию цифровых инструментов коммуникации, включая чат-боты в включая Telegram-чат-боты, обеспечивающие круглосуточную информационную поддержку абитуриентов [9].

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании применялась описательно-аналитическая стратегия с использованием количественного подхода (cross-sectional survey design). Онлайн-анкетирование проводилось в период с марта по апрель 2026 года посредством инструмента Google Forms. Ссылка на анкету распространялась через каналы в Telegram, сообщества репетиторских центров, группы выпускников школ и онлайн-сообщества абитуриентов. Участие в исследовании носило добровольный и анонимный характер; каждый респондент подтверждал информированное согласие на первой странице анкеты.

В исследовании приняли участие 247 респондентов, проходивших либо недавно завершивших процедуру подачи документов в высшие учебные заведения Узбекистана. В качестве критериев включения были определены возрастная категория 17–22 года, наличие активного аккаунта хотя бы на одной из платформ Instagram или Telegram, а также проживание на территории Узбекистана. Выборка носила целевой характер (purposive sampling) и не претендовала на полную репрезентативность генеральной совокупности абитуриентов страны. Распределение респондентов по полу составило: 54 % — женщины и 46 % — мужчины; по месту проживания: 61 % — городские жители и 39 % — жители сельской местности и районных центров; по уровню самооценки цифровых компетенций: 18 % — низкий уровень, 67 % — средний и 15 % — высокий.

Анкета включала 28 вопросов, сгруппированных в пять тематических блоков: социально-демографические характеристики респондентов; источники информации при выборе высшего учебного заведения; оценка факторов цифрового присутствия вуза по шкале Ликерта (1–5); отношение абитуриентов к взаимодействию с вузом через цифровые каналы коммуникации; а также декларируемое намерение выбрать вуз под влиянием его онлайн-активности.

Первичная обработка данных осуществлялась с использованием Microsoft Excel. Для описательной статистики применялись абсолютные и относительные частоты. Проведённый корреляционный анализ показал, что пороговый уровень статистической значимости был установлен на уровне $p < 0,05$.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Подавляющее большинство опрошенных респондентов, а именно 78 %, указали социальные сети в качестве основного источника информации о высшем учебном заведении при выборе места обучения (Рисунок 1).

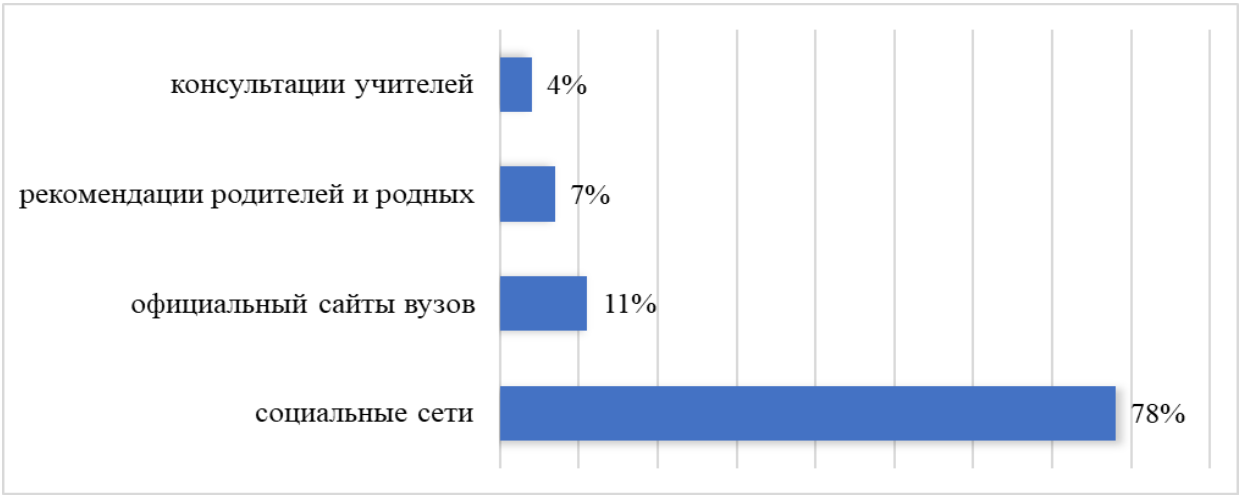

Рисунок 1. Основные источники информации о вузе при выборе места обучения

Для сравнения, официальные сайты высших учебных заведений в качестве приоритетного источника информации указали лишь 11 % респондентов, рекомендации родителей — 7 %, а консультации школьных учителей — 4 %. Среди цифровых платформ безусловное доминирование продемонстрировали Instagram (71 % респондентов) и Telegram (69 % респондентов). YouTube рассматривался преимущественно как вспомогательный информационный канал, о чём сообщили 38 % опрошенных. Примечательно, что среди жителей сельской местности Telegram превосходит Instagram по частоте использования (76 % против 63 %), что, вероятно, обусловлено меньшими требованиями к объёму интернет-трафика при нестабильном соединении.

Среди факторов цифрового присутствия высшего учебного заведения наиболее высокие оценки ($M > 4,0$ по пятибалльной шкале Ликерта) получили отзывы действующих студентов и выпускников в социальных сетях. Так, 68 % респондентов назвали данный фактор ключевым при выборе вуза ($M = 4,31$; $SD = 0,74$). Высокую значимость также продемонстрировал видеоконтент: репортажи о студенческой жизни, записи лекций и виртуальные туры по кампусу были признаны наиболее достоверным каналом коммуникации у 64 % опрошенных ($M = 4,18$; $SD = 0,81$). Оперативность ответов на запросы в мессенджерах и комментариях также оказалась значимым фактором для 57 % респондентов ($M = 4,02$; $SD = 0,93$).

Наименьшее влияние на выбор абитуриентов оказывали количество подписчиков аккаунта ($M = 2,76$; $SD = 1,12$) и наличие верификационных бейджей ($M = 2,54$; $SD = 1,09$), что свидетельствует о более высоком уровне критического восприятия цифрового контента со стороны аудитории и частично опровергает распространённое в практике вузовского маркетинга представление о доминирующей значимости формальных показателей популярности страницы.

Результаты исследования показали, что 82 % участников положительно относятся к возможности взаимодействия с приёмной комиссией посредством социальных сетей и мессенджеров без необходимости личного посещения вуза. Вместе с тем 43 % респондентов выразили обеспокоенность достоверностью информации, получаемой через цифровые каналы коммуникации, что указывает на наличие феномена «цифрового скептицизма», то есть осознанного критического восприятия онлайн-коммуникаций при общей готовности к их использованию.

Кроме того, 69 % респондентов заявили о готовности участвовать в онлайн-мероприятиях высшего учебного заведения, анонсируемых в социальных сетях, включая вебинары, прямые эфиры с деканами и виртуальные экскурсии по учебным корпусам. Среди абитуриентов с высоким уровнем цифровых компетенций данный показатель достигал 89 %, тогда как в группе с низким уровнем цифровой грамотности он составил 51 %, что подтверждает модерирующую роль цифровых компетенций в формировании образовательного выбора.

Проведённый корреляционный анализ выявил умеренно значимую положительную связь между субъективной оценкой качества цифрового присутствия высшего учебного заведения и декларируемым намерением поступления ($rs = 0,54$; $p < 0,001$). Наиболее высокий коэффициент корреляции был зафиксирован для шкалы «аутентичность пользовательских отзывов» ($rs = 0,61$; $p < 0,001$), тогда как наименьшее значение наблюдалось по шкале «частота публикаций» ($rs = 0,23$; $p < 0,05$). Полученные результаты подтверждают выдвинутую исследовательскую гипотезу и свидетельствуют о значимом влиянии качества цифровых коммуникаций на формирование предпочтений абитуриентов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Проведённое исследование показало, что доминирование социальных сетей в информационном поведении абитуриентов соответствует глобальным тенденциям цифровизации образовательного пространства. Вместе с тем узбекский контекст демонстрирует ряд специфических особенностей. Во-первых, Telegram выполняет двойственную функцию: одновременно выступает как информационный канал через официальные каналы высших учебных заведений и как коммуникационный инструмент посредством чатов приёмных комиссий. Подобная модель менее характерна для западных образовательных рынков, где данные функции, как правило, распределены между различными цифровыми платформами. Во-вторых, выявленный феномен «цифрового скептицизма» в отношении достоверности информации свидетельствует о формировании более зрелого и критического потребительского поведения молодёжной аудитории, что частично отличается от ранее распространённых в научной литературе представлений о некритическом восприятии онлайн-контента.

Высокая значимость пользовательских отзывов (rs = 0,61) соответствует концепции электронного «сарафанного радио». Однако в условиях Узбекистана данный феномен приобретает также институциональное измерение, поскольку уровень доверия к мнению сверстников и действующих студентов зачастую превышает доверие к официальным коммуникациям высших учебных заведений. Это особенно актуально в условиях активного расширения сектора высшего образования и формирования конкурентной среды между университетами.

На основании полученных результатов предлагается комплекс практических рекомендаций для служб маркетинга и приёмных комиссий высших учебных заведений Узбекистана. В первую очередь целесообразно внедрение стратегии «аутентичного контента», предусматривающей приоритетное использование нативного видеоконтента с участием действующих студентов, включая форматы Questions & Answers, студенческие видеоблоги и материалы о повседневной университетской жизни. Данный формат демонстрирует наиболее высокие показатели по критериям достоверности и вовлечённости аудитории.

Кроме того, перспективным направлением представляется развитие мессенджер-ориентированной модели работы приёмных комиссий посредством создания специализированных чат-ботов и консультационных групп в Telegram с гарантированным временем ответа не более двух часов. Результаты исследования подтверждают, что оперативность коммуникации напрямую связана с намерением абитуриентов поступить в вуз (M = 4,02).

Существенное значение также имеет формирование программ студенческих амбассадоров, предполагающих подготовку группы студентов, официально представляющих университет в социальных сетях и взаимодействующих с абитуриентами от первого лица. Дополнительно результаты исследования указывают на необходимость сегментированной коммуникационной стратегии, предусматривающей адаптацию контента под различные категории аудитории. Для городской молодёжи более эффективными являются интерактивные форматы Instagram, включая Reels и сторис, тогда как для аудитории регионов более предпочтительными остаются текстово-ориентированные каналы в Telegram, требующие меньших объёмов интернет-трафика.

Особое внимание целесообразно уделять управлению цифровой репутацией университета. Высокая корреляционная значимость пользовательских отзывов (rs = 0,61) подтверждает важность систематического мониторинга упоминаний высшего учебного заведения в социальных сетях и развития эффективных механизмов взаимодействия с аудиторией. Оперативная обработка обратной связи, включая комментарии, предложения и отзывы пользователей, способствует укреплению доверия абитуриентов, повышению открытости коммуникации и формированию позитивного имиджа университета в цифровой образовательной среде.

Вместе с тем настоящее исследование имеет ряд методологических ограничений. Целевой характер выборки (n = 247) ограничивает возможность полной генерализации результатов на всю совокупность абитуриентов Узбекистана. Самоотчётный характер полученных данных обусловливает вероятность социально-желательных ответов респондентов. Кроме того, использование кросс-секционного дизайна не позволяет в полной мере установить причинно-следственные связи между исследуемыми переменными.

Полученные результаты позволяют утверждать, что социальные сети, прежде всего Instagram и Telegram, играют определяющую роль в процессе принятия абитуриентами решения о выборе высшего учебного заведения в Узбекистане. Установлено, что 78 % респондентов рассматривают данные платформы в качестве основного источника информации, а качество пользовательских отзывов и аутентичность видеоконтента выступают наиболее значимыми предикторами намерения поступления (rs = 0,61 и rs = 0,54 соответственно).

Таким образом, в условиях усиливающейся конкуренции на рынке высшего образования Узбекистана стратегическое управление цифровым присутствием университета перестаёт быть исключительно элементом PR-деятельности и приобретает статус одного из ключевых факторов успешного привлечения абитуриентов. Высшие учебные заведения, способные обеспечить достоверное, интерактивное и ориентированное на потребности целевой аудитории присутствие в социальных сетях, получают устойчивые конкурентные преимущества в формировании качественного абитуриентского контингента.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Digital 2024: Uzbekistan. — Режим доступа: DataReportal (дата обращения: 12.05.2026–г.). https://datareportal.com/reports/digital-2024-uzbekistan.
2. 3. Касимова SWOT-анализ использования социальных сетей в туристической индустрии Узбекистана // Green Economy and Development. – 2024. – Т. 2. – № 9. – С. 664–950.
3. Р.А. Мухиддинов Маркетинг в социальных сетях на примере Узбекистана: развитие, задачи и решения // Экономика и социум. – 2022. – № 5–2 (92). – С. 555–559.
4. Ш.Д. Маматкулова Цифровые маркетинговые стратегии в условиях трансформации экономики Узбекистана // Лучшие интеллектуальные исследования. – 2026. – Т. 66. – № 1. – С. 79–88.
5. К. Абдикаримов Актуальность продвижения медиаграмотности населения Узбекистана на современном этапе // Foreign Languages in Uzbekistan. – 2023. – С. 174–187.
6. E. Constantinides, M.C. Stagno Potential of the Social Media as Instruments of Higher Education Marketing: A Segmentation Study // Journal of Marketing for Higher Education. – 2012. – Vol. 21. – No. 1. – P. 7–24.
7. S.K. Pawar Social Media in Higher Education Marketing: A Systematic Literature Review and Research Agenda // Cogent Business & Management. – 2024. – Vol. 11. – No. 1.
8. Е.А. Ковалева Социальные сети как средство профориентации для школьников и студентов // Сборник материалов XLIX Самарской региональной студенческой научной конференции. – Самара: Самарский государственный социально-педагогический университет, 2023. – С. 412–416.
9. B. Usmonov Higher Education in Uzbekistan: Transition to Digital Learning // Education Journal. – 2024. – Vol. 13. – No. 2. – P. 53–58.

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o‘g‘li

2026. № 5 (2)

© Materiallar ko‘chirib bosilganda ““Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali manba sifatida ko‘rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma’sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga
maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.
El.Pochta: sq143235@gmail.com
Bot: @iqtisodiyot_77
Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo‘lishingiz mumkin. Obuna bo‘lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to‘lov haqidagi ma’lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo‘natishingizni so‘raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo‘natamiz.

““Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali 03.11.2022-yildan
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№566955 reyestr raqami tartibi bo‘yicha ro‘yxatdan o‘tkazilgan.
Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug‘bek tumani
Kumushkon ko‘chasi, 26-uy.

Jurnal sayti: https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz