

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2024



No 5

- 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



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 788 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 30-mayda ruxsat etildi.

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Axmedov Sayfullo Normatovich i.f.n., professor, MIM akademiyasi rektori
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.



MUNDARIJA

Uy-joy qurilishi madaniyati, uning o'ziga xos xususiyatlari va tamoyillari.....	10
Davletov Islambek Xalikovich, Zikrullayev Valixon G'aybullayev o'g'li	
Hududlar investitsiya muhitini oshirish muammolari.....	16
Akbarov Bekmurod Miryakubovich	
Qoraqalpog'iston Respublikasi ellikqal'a tumanida turizm klasterini joriy qilish mexanizmi.....	22
Norchayev Asatullo Norbo'tayevich	
Small Business and Private Entrepreneurship is the Priority Direction of Our Country's Economy.....	28
Tulagan Tukhtaraliev, G'aniev Muhammadjon Xalilovich	
Resurs soliqlarini soliqqa tortish mexanizmlarini takomillashtirish.....	31
Tursunova Zulayxo Abdujobir qizi	
O'zbekistonda muqobil energiya manbalaridan foydalanish elektrotexnika sanoati rivojlanishining istiqboli sifatida.....	34
Uraimjonov Azizbek Raxmonjon o'g'li	
Oliy ta'limning raqobatbardoshligini ta'minlashda ta'lim sifatining mohiyati va asosiy tamoyillari (O'zbekiston misolida).....	40
Egamov Sevinchbek Maxsud o'g'li	
Financial Mechanisms of Supporting Textile Products Export.....	46
Gaybullayeva Gulbaxor Maxmudovna, Yakubova Ugiyoy Mamasoliyevna	
O'zbekiston Respublikasida hududlarni mutanosib barqaror rivojlantirish masalalari va yechimlari.....	49
Hojiyev Tal'at Toshpo'latovich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida ayollar biznesini shakllantirish yo'llari.....	54
Ibodullayeva Malohat Sirojiddin qizi	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda qishloq xo'jaligini rivojlantirishning xorijiy tajribasi.....	57
Bekmirzayev Mirzoxid Adashaliyevich	
Turizm sohasi rivojlanishining istiqbollari.....	61
Ergashev Rahmatulla Xidirovich, Jabborova Zuhra Abdig'ani qizi	
Jahonda kabel bozorini rivojlantirish xususiyatlari va tendensiyalari.....	68
Uralov Olimjon Mahammadjonovich	
Namangan viloyatida yoshlarning iqtisodiy faolligi ko'rsatkichlari dinamikasini tahlil qilish.....	72
Mirzatov Baxtiyor Toxirovich	
Turizm sohasiga malakali kadrlar tayyorlashdagi muammolar va ularning yechimlari borasida tavsiyalar.....	77
A. I. Raxmatov	
Трансформация внешнеторговых связей Республики Узбекистана.....	83
Ахмедова (Жабборова) Нилуфар Икболжон кизи	
Korxonalarda investitsiyalarni moliyalashtirish manbalari va usullarining tahlili.....	88
Kuziyeva Nargiza Ramazanovna, Xusanov Faxriddin Jamoliddin o'g'li	
Turizmning mohiyati xususida nazariy yondoshuvlar va ularning tahlili.....	94
R. I. Pardayev	
Katta hajmga ega bo'lgan maxsus qurtxonalarda boqilayotgan ipak qurtlariga harorat va namlikni ta'siri.....	101
Raxmanova Xurinisho Egamovna	
Mahalliy byudjet daromadlarini shakllantirishda mahalliy soliqlar va soliqdan tashqari tushumlarning ahamiyati.....	104
Rajjaboyeva Dildora Zakirovna	
Banklarda stress-test asosida ESG-risklarni baholash.....	110
Nilufar Sharipova	
Yashil iqtisodiyotni rivojlantirishda banklarda ekologik va ijtimoiy risklarni baholash va boshqarish tizimini joriy etishning ahamiyati.....	114
Karimov Shamsiddin Akram o'g'li	



Qimmatli qog'ozlarni qiymatini baholash usullari va modellari.....	122
Botirxo'ja Aziza Faxmuddin qizi	
Sanoat ishlab chiqarishda diversifikatsiyaning nazariy asoslari.....	127
Davronbek Sharibjonovich Raximov	
Mamlakatimizda innovatsiyalarni moliyalashtirishning amaldagi holati tahlili.....	133
Aminov Farrux Farxadovich	
Raqamli iqtisodiyotda moliyaviy hisobot tahlilini takomillashtirishning o'ziga xos xususiyatlari.....	138
G. J. Jumayeva	
Qurilish sohasida logistika tizimlariga zamonaviy texnologiyalar bilan ta'minlanganlarning amaliy jihatlari....	141
Mirsodiqov Abdulla Tursunaliyevich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida inson kapitalini boshqarishdagi muammolar	146
Nematova Shaxlo Egamberdiyevna	
Aholi daromdlari va omonatlarini shakllantirishning nazariy asoslari.....	149
Xakimov Zohid Norbo'tayevich	
Tasvirlarga raqamli ishlov berish jarayonini intellektuallashtirish algoritmini yaratish.....	158
Zoirov O'lmas Erkin o'g'li	
Mintaqa iqtisodiyotida investitsiya faoliyatini moliyalashtirish samaradorligini baholash	164
Chilmatova Dilnoza Abdurahimovna	
Возможности внедрения и развития исламских банковских продуктов в рынок Узбекистана.....	168
Иноятова Камола Фуркатовна	
Davlat xizmatchisi faoliyatida ijtimoiy javobgarlikning o'rni	172
X. X. Ikramov	
Korporativ boshqaruv tizimida buxgalteriya hisobini tashkil qilishning o'ziga xos xususiyatlari	176
Abdug'aniyev Muhammadamin Abdug'affor o'g'li	
Hududiy kambag'allik chegaralarini aniqlashning ahamiyati (Qashqadaryo viloyati misolida).....	182
Hamdamov Shahzod Ilhom o'g'li, Alisher Yunusaliyevich Safarov	
Kichik biznesga mahalliy investitsiyalarni jalb qilish va ulardan samarali foydalanishda franshizaning roli	189
Rabimqulov Sherzod Murtozayevich	
Tijorat banklarida marketing strategiyalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy asoslari.....	193
Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich	
Davlat sherikchilik asosida maktab va maktabgacha ta'lim moliyashtirishligini o'ziga xos xususiyatligi.....	198
Boltaboev Murodbek Aybekovich	
Moliyaviy savodxonlikni rivojlantirish davr talabi	203
X. I. Boyev	
Banklarda chakana kreditlash turlari va ularni raqamli transformatsiya qilishning zarurligi.....	207
Axmedova Dilrabo Kurbondurdi qizi	
Rasmiy ish bilan bandlik – aholining munosib turmush darajasini ta'minlash demak.....	216
Farhod Bagibekovich Xalimbetov	
Jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i uchun qo'llaniladigan soliq imtiyozlarining amaldagi holati va tahlili.....	220
Valiyeva Sayyora Xushbaqovna	
Автомобильная промышленности развитых стран: становление, развитие, пути совершенствования.....	227
Назарова Раъно Рустамовна, Абдухамидова Мафтуна Турсуналт кизи	
Влияние цифровизации на внешнеэкономическую деятельность	232
Шерматовата Ирода Ойбековна, Тиллаев Хуршиджон Сулаймон ўғли	
ИИ в банковском бизнесе: ключ к конкурентной привлекательности	238
Фаттахова Муниса Абдухамитовна	
Tijorat banklari kapitalining iqtisodiy mazmuni va uning tarkibi	243
Ergashev Axmadjon Maxmudjon o'g'li	



Особенности банковского кредитования и факторы препятствующие финансово-кредитной поддержке субъектов сферы туристических услуг	248
Розоков Мухаммадазиз Мансурович	
Factoring Operations in Banks.....	253
Boykabilova Iroda, Davronova Dilnoza Damirovna	
Moliyaviy sektordagi aksiyadorlik jamiyatlarining korporativ strategiyasini shakllantirishda risklarni bartaraf etish.....	257
Jaxongirov Rustam Jaxongirovich, Xo'jamurodov Asqarjon Jalolovich	
O'zbekistonning jozibador investitsiya muhitini yaratishda huquqiy asoslarni yanada takomillashtirishning ilmiy va amaliy zaruriyati	264
Oybek Elmuratov	
Qurilish materiallarini ishlab chiqarish korxonalarning boshqarish tizimini takomillashtirish.....	268
Uzakova Umida Ruzievna	
Tashkent Economy – Locomotive of the Country's Economy	274
Akramova Aziza Abduvohidovna, Maqsudov Bunyod Abdusamadovich	
O'zbekiston Respublikasida ishbilarmonlik turizmining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish yo'llari.....	278
Musayeva Shoirazimovna, Usmonova Dilfuza Ilhomovna	
Mintaqalar iqtisodiyotining barqaror o'sishini ta'minlashda investitsiyalardan samarali foydalanish mezonlari va ularni hisoblash usullari	284
Norqobilov Nusrat Norsaitovich	
Marketing strategiyasi: raqobatchilik sharoitida tadbirkorlik faoliyatini yuritishning rivojlantirilishi	288
Kutbitdinova Moxigul Inoyatovna, Matrizayeva Dilaram Yusubayevna	
Mahalliy budjetlar mablag'laridan samarali foydalanishni ta'minlashning eng asosiy istiqbolli yo'nalishi	295
S. Y. Ismoilova	
Atrof-muhitga zararsiz, tabiiy tarkibli korroziya ingibitorlari turlarini tahlil qilish	300
Qurbonova Firuza Solexovna	
Oliy ta'lim muassasalarida xarajatlar smetalari ijrosi hisobini yuritish tartibi	306
AbdulAziz Norqo'chqorov Ziyadullayevich	
Tijorat banklarining investitsion faoliyati samaradorligi va uni rivojlantirish yo'llari	312
Olimova Nodira Xamrakulovna	
Baholangan majburiyatlar hisobini takomillashtirish	324
Ochilov Farxodjon Shavkatjon o'g'li	
Qurilish-pudrat tashkilotlarida auditorlik tekshiruvda faoliyat uzluksizligini baholash.....	331
Tulovov Erkinjon To'liqin o'g'li	
Основные направления развития инвестиционной деятельности предприятий.....	335
Махкамова Надира Саидмуратовна	
Milliy statistika axborot tizimlarining funksional jihatlari va o'ziga xos xususiyatlarining tahlili	340
Otajonova Gulhayo Maqsud qizi	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini boshqarish axborot tizimini modellashtirish	345
Xudoyorov Laziz Niyozovich, Ergashova Nargiza Boboxonovna	
Mamlakatimizda aksiz to'lanadigan tovarlarni soliqqa tortish usullari	351
Alimardonov Muxammadi Ibragimovich, Qarshiyev Daniyar Eshpulatovich	
Iqtisodiy rivojlanish sharoitida investitsiya loyihalarini jalb qilgan mablag'lar orqali moliyalashtirishning zarurligi.....	357
Amonova Dilafroz O'tkurovna	
To'lov tashkilotlarini tashkil etishda xatarlarni boshqarish	362
Axmedov Miraziz Alisherovich	
Korxonada inson kapitalini rivojlantirish tizimi va konsepsiyasini takomillashtirish imkoniyatlari	367
Hamrokulov M. O.	



Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida kichik sanoat zonalarini faoliyatining zarurligi va iqtisodiy-huquqiy maqomi.....	375
Shodmonqulov Kamoliddin Murodilloevich	
Bank tizimida marketing faoliyati orqali yangi innovatsion xizmatlarni joriy etishning zamonaviy holati.....	379
Raxmatov Temur Sotiboldiyevich	
Экономическая сущность инновационной деятельности в банковском секторе	388
Шадиева Дилдора Хамидовна	
Yengil sanoat taraqqiyotining xitoy tajribasi va undan o'zbekistonda foydalanish imkoniyatlari	392
Jumaniyazova Feruza Rajabovna	
Tut parvonasi zararkunandasining biologik tarqalishi va zararini oldini olish choralari.....	402
Oybek Toshtemirovich Karimov	
Ijtimoiy adolat va ayollar huquqlari: kasbiy kamsitish	406
Iminova Nargizaxon Akramovna	
Ishsizlik nafaqalari tayinlash va xalqaro tajriba.....	412
Sholdarov Dilshod Azimiddin o'g'li	
Takroriy ekinlar urug'ini to'g'ridan-to'g'ri nol ishlov berish orqali ekadigan qurilmaga tushadigan yuklamaning nazariy tadqiqoti.....	418
Abdullayev Baxodirjon Valijon o'g'li	
Banklarida jinoiy faoliyatdan olingan daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashish tizimining roli.....	422
Abdullayeva Dildora Qudratovna	
Biologik aktivlar hisobini moliyaviy hisobotning xalqaro standartari asosida tashkil etishning uslubiy jihatlari	425
Adxamov Samariddin	
Barqaror iqtisodiy o'sishga erishishda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarning ahamiyati.....	430
Asqarova Mavluda Turabovna, Otajonova Charosxon Polvonquli qizi	
Ilmiy-innovatsion iqtisodiyotda suv xo'jaligini rivojlantirish muammolari, yechimlar va natijalar: fundamental asosda.....	435
Babadjanov Abdirashid Musayevich	
Budjet tashkilotlarida buxgalteriya hisobini yuritishning milliy va xalqaro standartlari.....	441
Maxamadaliyeva Mahliyoqon Maxamadmurod qizi	
Tijorat banklari aktivlari va ularni samarali boshqarish nazariy asoslari.....	448
Masharipov Maxmud Bekturdiyevich	
Tijorat banklarning moliyaviy faoliyatida yuzaga keladigan xavf-xatar va uning mohiyati	453
Rashidov Raximjon Iskandarovich, Abduraxmonov Anvar Akbar o'g'li	
Kichik sanoat zonalarini barpo etish va rivojlantirish omillari va hozirgi holatining tahlili	459
Samijonov Musobek G'ayratjon o'g'li	
Moliyaviy menejment tizimi samaradorligini oshirishda raqamli marketing strategiyasidan foydalanish	466
Sobirjonov Sanjar Sobirjonovich	
O'zbekiston Respublikasi moliyaviy tizimida byudjetdan tashqari jamg'armalarning ahamiyati va o'rni.....	473
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Babanazarova Gulzar Ziuatdinovna, Ajibayeva Raiya Maxsudovna	
Aholi daromadlarini oshirishda asalarichilikning o'rni	479
Xudayarova Zuxra Yuldashevna	
Цифровые и традиционные методы сбора информации в маркетинговых исследованиях: сравнительный анализ.....	482
Бекназова Комилахон Миркамол кизи	
Tijorat banklari faoliyatida iqtisodiy risklar va ularni nazariy asoslari.....	490
Burxonov Asliddin Asqar o'g'li	
Biznes tuzilmalarini diversifikatsiya qilish modellari va usullari hamda innovatsion rivojlanish strategiyalarining qiyosiy tavsifi.....	497
Matyoqubova Dilfuza Olimboyevna	



Тенденции развития пищевой промышленности Узбекистана.....	503
Назарова Раъно Рустамовна, Нигматуллаева Гульчехра Нуруллаевна	
Soliq-bojxona siyosatining dolzarb masalalari va ularni takomillashtirish yo'nalishlari.....	509
Usmonov Kaxramonjon Akbaraliyevich	
Статистический анализ факторов, влияющих на бренд молока и молочных продуктов в Узбекистане	513
Холдарова Фариза Тухтабаевна	
Правовое регулирование рынка цифровых активов и криптовалют.....	519
Якубова Ш. Ш., Рашидов Рахимжон Искандарович	
Efficiency of Internal Audit Service and Report Improvement: Control of Sanatorium-Wellness Institution	528
Shafkarov Fahriddin Khudaiberdievich	
Development of Digital TV Services in the Conditions of Digitalization of the Economy.....	534
Farhad Karimov	
Kichik biznes faoliyatida muhim muvaffaqiyat omillarini belgilashning ahamiyati va ularni baholash.....	538
Kabulova Nurgo'zal Umirbek qizi	
Barqaror iqtisodiy o'sishni ekonometrik tadqiq etish.....	541
Muminova Maxbuba Abduvafayevna	
Korxonaning moliyaviy-xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlarini baholash.....	548
Musurmonova Mahbuba Omonovna	
Tadbirkorlik subyektlari tashqi savdo faoliyatini ichki tartibga solishni takomillashtirishning ayrim jihatlarini..	552
To'rayev Nurbek Muxammadovich	
Temir yo'l transportida xizmat ko'rsatish jarayonini rivojlantirishning retseptiv tahlili.....	557
Raxmonov G'ayrat Ismatulloyevich	
Strategik boshqaruv hisobi va uning uslubiyotini takomillashtirish masalalari.....	562
Sharipova Shoxida Abdinabiyevna	
O'zbekiston Respublikasida "yashil" iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlashning iqtisodiy mexanizmlari.....	567
Shodmonov Ruslan G'olib o'g'li	
Institutsional investorlar faoliyatini tashkil etishning kontseptual jihatlarini	574
Sultanov Maxmud Axmedovich	
Tijorat banklari foydasini soliqqa tortishning ayrim me'yoriy-huquqiy asoslari	578
Turanov M. Sh.	
O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotining rivojlanishida tijorat banklarining o'rni.....	586
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Babanazarova Gulzar Ziuatdinovna, Zubaydullayeva Zulayxo Karimovna, Kaxarova Dildora Erkinovna	
O'zbekistonda tayyor kiyimlar bozori ko'lamini oshirishda marketing strategiyalarining samaradorligi.....	596
Urazov Mansur Musurmanovich	
Yevropaga barqaror eksport va qishloq xo'jaligida yashil rivojlanish uchun	
Mosh bozori strategiyalarining ta'sirini baholash	599
Valiyeva Aziza Anvar qizi	
Rangli tasvirlarga raqamli ishlov berish jarayonlarini paralellashtirish	605
Xidirova Barchinoy Ilxomovna	
Korxonalarda ishchi personal ehtiyojlarini motivatsiyaga ta'siri	610
Aripov Oybek Abdullayevich, Axmedov Muzaffar Shokirjonovich	
Цифровые и традиционные методы сбора информации в	
маркетинговых исследованиях: сравнительный анализ	615
Бекназова Комилахон Миркамол кизи	
Iqtisodiyotning erkinlashtirilishi sharoitlarida kichik biznes sektori rivojlanishining imkoniyatlari.....	623
Botirova R. A., Sirojiddinov I. Q.	
Positioning Textile Products in Competitive Strategy	626
Икрамова Нодира Бурхон кизи	



Sanoatni tarkibiy o'zgarishlar asosida maqbullashtirish va samaradorlik ko'rsatkichlarini prognozlash.....	631
Kasimov Azamat Abdukarimovich	
O'zbekiston Respublikasi budgetini shakllanishida egri soliqlarni undirishning fiskal samaradorligi	638
Abdulxayeva Shahnoza Muxammadiyevna	
To'qimachilik klasterlari eksport salohiyatini boshqarish masalalari.....	645
Mamasoliyev G'ayratbek Maxamadyusupovich	
Влияние плодородности почвы на урожайность хлопчатника в хлопково-текстильных кластерах Республики Каракалпакстан	650
Сагиева Молдир Оразбай кизи	
Оценка категории вейпов среди курильщиков электронных сигарет Узбекистана	655
С. М. Мирзалиев, М. О. Куролов, Г. К. Абдурахманова, Джуди Сметана, Крисси Льюис	
Jahon kabel bozorini tatbiq etish va rivojlantirish xususiyatlari	668
Uralov Olimjon Maxammadjonovich	
Moliyaviy hisobotlar va ularni tuzish va auditorlik tekshiruvidan o'tkazishning uslubiy jihatlarini rivojlantirish	673
Abdinazarov Samijon Abbos o'g'li, Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Jabbarov Azamat Murodullayevich, Boymurodov To'liqin Azamatovich	
Digital Transformation Implementation Directions and Instrument Analysis	680
Abdurakhmonov Abdumalik Abdurashidovich	
Understanding Financial Indicators and Their Strategic Utilization: Insights from Global Practices and Uzbekistan's Experience.....	684
Astanova Zarnigor Obid qizi, Tukhtabaev Jamshid Sharafetdinovich, Jurayev Xurshid Mamatkulovich, Ismatova Kamola Obid qizi	
Turizm xizmatlari eksportida zamonaviy texnologiyalar orqali xizmatlar sifatini oshirishning ahamiyati	690
Bakhromov Akmal Abduvahid o'g'li	
Sanoat korxonalarida personal mehnatini tashkil etishni optimallashtirish yo'llari.....	695
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Dilovarxo'jayeva Dilnozaxon Shavkatxo'ja qizi, Rustamova Dilnoza Jamshid qizi, Axtamova Parizod Oybek qizi, Nuritdinova Maftuna Jahongirovna	
O'zbekiston Respublikasida pul-kredit siyosati instrumentlaridan foydalanish amaliyotini takomillashtirish ..	701
Kaxharova Dilnoza Shavkatovna	
Bojxona faoliyatini transformatsiyalashda innovatsion boshqaruvni takomillashtirishga oid nazariy qarashlar	706
Ro'ziyoyev Muhiddin Xushnudovich	
Xizmat ko'rsatish sohasida aholining tadbirkorlik faolligini oshirish tendensiyalari.....	710
Xudayarova Maftuna Shavkatovna	
O'zbekiston qishloq xo'jaligini rivojlantirishda xorijiy va mahalliy investitsiyalarning o'rni.....	717
Yusupov Komaliddin Baxtiyor o'g'li	
Факторы успеха в управлении инвестициями промышленных предприятий	721
Ёдгоров Сардорбек Самадович	
Issues of minimizing risks related to mortgage lending of commercial banks of the republic of Uzbekistan	726
Kulliev Istam Yangimurodovich	
O'zbekiston Respublikasida nomoddiy aktivlar hisobini moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari talablari asosida tashkil etish xususiyatlari	735
Pardayeva Zulfizar Alimovna	
Tijorat banklari faoliyatida risklarni pasaytirish yo'llari.....	740
Toymuxamedov Ibroxim Rixsiboyevich	
Investitsiyalar – moliyaviy barqarorlik kafolati.....	746
Xaydarov Nizamiddin Xamrayevich	
Современные подходы к управлению системой заработной платы и льгот в условиях рыночной экономики	751
Дониерова Фотимабону Алишер кизи	
Atrof-muhit muhofazasida xulq-atvor iqtisodiyotining roli.....	759
Djalilov Farxod Abduganiyevich	



Eco-Paths of Uzbekistan: How Corporate Social Responsibility in Tree Planting and Transport Infrastructure is Paving the Way For Sustainable Futures.....	763
Oybekov Shohjahon Akmal o'g'li, Alfira Sofia, Yangiboyev Sirojiddin Jo'ramurodovich	
Oliy ta'lim xizmatlar bozorida raqamli marketingning ahamiyati.....	771
Ruziyeva Shaxlo Raupovna	
Sanoatning kon-geologiya korxonalari iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash xususiyatlari.....	776
Xotamov Javohir Abdusharop o'g'li	
Qishloq xo'jaligi agrotexnologiyalarni tijorat banklari orqali kreditlash yo'llari	781
Isakov J. Ya.	



OLIY TA'LIM XIZMATLAR BOZORIDA RAQAMLI MARKETINGNING AHAMIYATI



Ruziyeva Shaxlo Raupovna

Buxoro Zarmed universiteti Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

Annotatsiya: Maqolada O'zbekiston oliy ta'lim tizimi mutaxassislar tayyorlash sifatini oshirish va milliy ta'lim tizimining xalqaro maydonda raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan oliy ta'lim xizmatlar bozorini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalarining o'rnini va ahamiyati yoritilgan. Shuningdek, O'zbekistondagi ta'lim muassasalari foydalanishi mumkin bo'lgan raqamli strategiyalarning tavsifi keltirilgan hamda ushbu raqamli strategiyalardan foydalanish orqali oliy ta'lim muassasalari qanday imtiyozga ega bo'lishi haqida xorij olimlarining ilmiy ishlari asosida mualliflik xulosalari keltirilgan.

Kalit so'zlar: oliy ta'lim, raqamli marketing, marketing tadqiqotlari, kuzatuv, intervyu, raqamli texnologiyalar, ijtimoiy media tarmoqlari.

Abstract: The article highlights the role and importance of digital marketing strategies in the development of the higher education services market, aimed at improving the quality of training of specialists and improving the competitiveness of the national education system in the international arena. There is also a description of the digital strategies that educational institutions in Uzbekistan can use, and author's conclusions based on the scientific work of foreign scientists about what benefits higher education institutions will receive through the use of these digital strategies.

Key words: higher education, Digital marketing, marketing Research, Surveillance, interview, digital technology, social media networks.

Аннотация: В статье освещается роль и значение стратегий цифрового маркетинга в развитии рынка образовательных услуг высшего образования, направленных на повышение качества подготовки специалистов системы высшего образования Узбекистана и повышение конкурентоспособности национальной системы международного образования. Также приводится описание цифровых стратегий, которые могут быть использованы образовательными учреждениями в Узбекистане, а также авторские выводы, основанные на научных работах зарубежных ученых, о том, как высшие учебные заведения могут получить выгоду от использования этих цифровых стратегий.

Ключевые слова: высшее образование, цифровой маркетинг, Маркетинговые исследования, отслеживание, интервью, цифровые технологии, социальные сети.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida so'nggi o'n yil ichida oliy ta'lim muassasalari faoliyati sezilarli darajada o'zgardi. Oliy ta'lim xizmatlar bozori faoliyatida raqamli marketingdan foydalanish oliy ta'lim muassasasining biznes samardorligini oshirishga katta ta'sir ko'rsatadi.

Oliy ta'lim xizmatlar bozorini isloh qilish va mutaxassis tayyorlashda mehnat bozorida o'z o'rnini topa oladigan yuqori malakali kadrlar tayyorlash tizimini yo'lga qo'yish, ta'limning ishlab chiqarish korxonalari va ilmiy tadqiqot institutlari bilan o'zaro manfaatli hamkorligini yo'lga qo'yishga bo'lgan ehtiyojlarni qondirishga intilishida ko'rinadi ^[1].

Rivojlanayotgan texnologiyalar va yangi tendentsiyalar kompaniyalarni marketing strategiyalarini o'zgartirishga majbur qilmoqda.

Raqamli marketing ta'lim muassasalari va iste'molchilar bilan bevosita muloqot qilish, bozor ulushini kengaytirish va xabardorlikni oshirishni osonlashtiradi ^[2]. Raqamli marketing butun dunyo bo'ylab kompaniyalar va iste'molchilar uchun dominant marketing aloqa usuliga aylanib ulgurdi. Buning sababi uni samarali marketing usuliga aylantiradigan real vaqtda aloqa afzalliklari bilan bog'liqdir. Kompaniyadan mahsulot sotishni ko'paytirish uchun raqamli davrda raqamli marketingni qo'llash majburiydir ^[3]. Chunki, bunda raqamli strategiyaning turli elementlarining ishlashi va natijalarini qanday kuzatish hamda o'lchash mumkinligi bilish zarur bo'ladi.



Bugungi kunda zamonaviy oliy ta'lim tizimi asosan raqamli marketingga tayanadi qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO), qidiruv mexanizmi marketingi (SEM), ta'sirchan marketing, kontent marketingi, kontentni avtomatlashtirish, elektron tijorat marketingi va ijtimoiy media marketingi va boshqalar. Ushbu tezkor o'zgarishlarga javoban har bir oliygoh zarur muammolarga samarali yechim topa olishi lozim ^[4].

Maqsadli oliy ta'lim xizmatlar bozori tomonidan qaysi ijtimoiy media saytlaridan foydalanilishini bilish raqamli marketing iste'molchilarni kompaniyaning maqsadiga muvofiq bog'lashda muvaffaqiyat qozonishini ta'minlashning yana bir kalitidir.

Oliy ta'limdagi raqamli marketing akademik salohiyatga ega bo'lgan va millatni tarbiyalashda jamiyat va mamlakatga ko'proq foyda keltiradigan bo'lajak talabalarni jalb qilishga ko'proq e'tibor qaratadi. Ushbu maqolada oliy o'quv yurtlarida raqamli marketing zarurligi, bu muassasalar faoliyatiga qanday ta'sir qilishi va oliy o'quv yurtlari maqsadlariga erishish uchun qanday strategiyalarni qo'llash kerakligi ko'rsatilgan.

Ko'pgina iste'molchilar Facebook, Google+, Twitter va boshqa raqamli media kabi ijtimoiy tarmoqlardan kundalik hayotlarining bir qismi sifatida foydalanadilar. Texnologiyadan ajratib bo'lmaydigan hozirgi ijtimoiy tendentsiyalardan imkoniyatlardan foydalana oladigan kompaniyalar raqobatdosh ustunliklarga ega bo'ladilar va butun dunyo brendiga aylanish uchun kompaniyaning obro'sini oshirishi mumkin ^[5].

Marketing strategiyasida kompaniyalar professional ravishda onlayn ijtimoiy marketing kampaniyalarini tushunishlari va ularni qanday qilib samarali amalga oshirishda ushbu maqoladagi tadqiqot usuli raqamli marketing strategiyasini muhokama qiladigan oldingi tadqiqotlardan adabiyotlarni ko'rib chiqish yondashuvidan foydalanadi ^[6]. Oldingi tadqiqotlar natijalari kuzatilgandan so'ng, ushbu raqamli marketing strategiyasini oliy o'quv yurtlarida yoki ta'lim muassasalarida qanday qo'llash mumkinligi to'g'risida xaritalash amalga oshirildi. Case study yondashuvi bilan iste'molchilar toifasiga, ya'ni ming yillik avlod guruhiga kiradigan talabalarga qarab, ushbu notijorat muassasada qanday strategiyalarni amalga oshirish mumkinligi haqida shakllantirish mumkin.

Shuningdek, tadbirkorlik subyektlarining raqamli marketingdan foydalanish imkoniyatlarini qanday aniqlanadi, Internetdan foydalangan holda qanday qilib xizmat ko'rsatish mumkin? Raqamli marketingda biznes model qanday shakllanadi va uning tarkibiy qismlari qay shaklda bo'ladi, kabi savollarga javob topish uchun xorij olimlarining ilmiy izlanishlariga tahlil qilish maqsadga muvofiq bo'ladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLARNING TAHLILI

Bala va Verma (2018) ikkilamchi ma'lumotlar manbai: Iste'molchilar an'anaviy usullar bilan to'g'ridan-to'g'ri operatsiyalarni amalga oshirish bilan taqqoslaganda zarur bo'lgan tovarlarning eng yaxshi taklifini topish uchun internet orqali ma'lumot izlashni ma'qul ko'rishadi ^[7].

Todor.R.D (2016) raqamli marketingning afzalliklari va kamchiliklarini an'anaviy marketing bilan taqqoslash shaklida adabiyotlarni ko'rib chiqish. Internetdan foydalanish doimiy ravishda ortib bormoqda va asosiy ehtiyojga aylanmoqda ^[8]. Bozorda o'z o'rniga ega bo'lish uchun kompaniyalar uchun eng yaxshi yechim-bu ming yillik va oldingi avlodlarning imkoniyatlarini qo'lga kiritish uchun raqamli marketing va an'anaviy marketingni birlashtirib, brendni xabardor qilish dasturlarini ishlab chiqishdir.

Raman va Pramod, (2014) Bo'lajak talabalarni jalb qilish uchun, oliy ta'lim muassasalari kognitiv, hissiy va xulq-atvor o'lchovlaridan foydalanishlari kerak.

Apoorva va Suganti (2015) televizor, ijtimoiy media va veb-saytlar eng katta ta'sirga ega ekanligini aniqladilar, matnli xabarlar vaqtinchalik ta'sirga ega va risolalar hech qanday ta'sir ko'rsatmaydi.

W. Gartanti va boshqalarning tadqiqotlarida marketing va kommunikatsion jarayonlarni rivojlantirishga ijtimoiy tarmoqlar va raqamli texnologiyalarning ta'sirini aniqlashda miqdoriy va sifat tadqiqot metodlaridan birgalikda foydalanishgan ^[9]. Tadqiqot mobaynida yangi raqamli ko'rinishdagi yuzaga kelgan biznes modellari Daniya, Shvetsiya, Buyuk Britaniya va Avstraliyadagi tadbirkorlardan intervyyular olingan, savollar biznes strategiyasi, qiymat yaratish jarayoni hamda biznes modellari bo'yicha berilgan va barcha intervyyular raqamli tarzda yozib olingan ^[10]. Tadqiqot natijasida, xaridorlar bilan o'zaro munosabatlarni o'rnatish va uni yanada yaxshilashda raqamli texnologiyalarning ahamiyati yuqori ekanligi ta'kidlangan.

Kainde & Mandagi, Indoneziya. (2023), Raqamli marketingning uzluksiz rivojlanishi uni sezilarli darajada o'zgartirdi. Brendlar, korxonalar va tashkilotlar o'zlarining marketing harakatlari uchun raqamli kanallardan foydalanadilar ^[11]. Raqamli marketing sotuvchilarga o'z mahsulotlarini turli xil vositalar orqali foydalanuvchilarga etkazish imkoniyatini beradi: elektron pochta marketingi, onlayn reklama, ijtimoiy media marketingi, mobil aloqani o'z ichiga olgan kanallar marketing va boshqalardir.

Triyono & Dasmadi, (2021), Muayyan manfaatga moyillik insonning individlarning xulq-atvorining asosiy jihati hisoblanadi o'z xohishlari va qobiliyatlariga mos keladigan faoliyat yoki intilishlarga moyil bo'ladi ^[12]. Ularning qiziqishini o'ziga jalb qiladigan soha bilan shug'ullanish uchun tabiiy moyillikni aks ettiradi. Bu tabiatan moyillik odamlarni o'zlarining shaxsiy imtiyozlariga mos keladigan faoliyatni tanlashga undaydi bu esa qiziqishning ahamiyati katta ekanligini ta'kidlaydi va insonning harakatlari va qarorlarini boshqaradi.



L. Ngoc va R. Vanessa tadqiqotlarining maqsadi raqamli marketingning Vetnamdagi ijtimoiy tadbirkorlik bilan qanday bog'liqligiga e'tibor qaratish va shu bilan raqamli marketing texnikasini rivojlantirishda ijtimoiy tadbirkorlikning roli to'g'risida yangi istiqbolni taklif qilish bo'lgan ^[13]. Tadqiqot natijasida, ijtimoiy korxonalarga raqamli marketing mexanizmlarini joriy etish zarur ekanligini ta'kidlovchi natijalar olingan.

K. Bizhanova va boshqalar raqamli marketingning tadbirkorlik va unda biznes tuzilmasini shakllantirishga ta'sirini o'rgandilar. Ushbu tadqiqot raqamli marketing va ijtimoiy mediadan korxonalarining qay darajada foydalana olayotganligi va ba'zi korxonalar bunga qanday erishayotganini tahlil qilishga qaratilgan. Natijalar shuni ko'rsatdiki, tadbirkorlar o'z mijozlari bilan samarali munosabatlarni o'rnatishlari va uni yanada yaxshilash uchun raqamli marketing faoliyatini tashkil etishga katta e'tibor qaratishlari zarur ^[14].

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Oliy ta'lim muassasalari marketing strategiyalarini doimiy ravishda takomillashtirishlari va rivojlantirishlari lozim. Raqamli marketing ta'lim xizmatlarini ilgari surishning eng kuchli vositalaridan biri sifatida belgilangan ^[15]. Hozirgi imkoniyatlardan foydalana oladigan oliy ta'lim muassasalari ajratib bo'lmaydigan ijtimoiy tendentsiyalar texnologiya raqobatdosh ustunliklarga ega bo'ladi va kompaniyaning obro'sini oshiradi.

Oliy ta'lim muassasalari bo'lajak talabalar bilan bog'lanish uchun odamlar ko'p vaqtlarini o'tkazadigan joylarda ko'plab raqamli taktikalar va kanallardan foydalanishadi ^[16]. Bunda tajribali marketologlar raqamli marketingning asosiy maqsadlariga qarab, bepul va pullik kanallardan foydalanadilar ^[17]. Shu jihatdan, raqamli biznes modelini tanlash uchun bir qancha sohaga oid bilimlar va ko'nikmalar talab qilinadi, ayniqsa, oliy ta'lim xizmatlar bozori uchun raqamlashgan axborot tizimlari, marketing hamda tadbirkorlikka oid sohalar hisoblanadi. Oliy ta'limni rivojlantirish maqsadida olib borilayotgan tadqiqotlar soni yildan yilga oshishiga qaramasdan hozirgi kunda ham raqamlashtirishning oliy ta'limdagi imkoniyatlarini aniqlash va biznes modelini konsepsiyalashtirishda ishtirokini tushunib yetishda kamchiliklarga yo'l qo'yilmoqda ^[18]. Shuningdek, raqamli marketing mexanizmlaridan foydalanishga oid adabiyotlarda muvofiqlashgan yagona terminologiya bazasi hamda uning muhim tarkibiy qismlariga oid kamchiliklar mavjud.

Shu jihatdan, ushbu maqolada xorij olimlarining tadbirkorlik faoliyatida raqamli marketingdan foydalanishning ta'sirini aniqlashga qaratilgan ilmiy izlanishlari induktiv va deduktiv metodlari yordamida mualliflik yondashuvlari ishlab chiqildi. Oliy ta'lim muassasalarining marketing faoliyatini raqamlashtirishning biznesni rivojlantirishga ta'sirini o'rganishga doir ko'pgina xorij olimlari ilmiy izlanishlar olib borganlar. Ushbu tadqiqotdan asosiy ko'zlangan maqsad, O'zbekistonda oliy ta'lim xizmatlar bozoriga raqamli marketing faoliyatini tashkil etish va yuritishda aynan nimalarga va qanday e'tibor qaratish zarurligi bo'yicha tavsiyalar berishdan iborat.

TAHLIL VA NATIJALAR

Oliy ta'lim tizimi mutaxassislar tayyorlash sifatini oshirishning hozirgi holati ko'p jihatdan raqamli marketingga tayanadi, chunki bu oliy ta'lim xizmatlar bozoriga maqsadli iste'molchilar bilan bog'lanish, o'zlarining brend imidjini oshirish va raqamli platformalardan foydalanish orqali daromad o'sishini ta'minlash imkonini beradi ^[19].

Raqamli marketing strategiyasini to'g'ri shakllantirmaslik uning raqamli marketingni o'zgartirish imkoniyatlarini qo'ldan boy berishiga, yangi texnologiyaning mavjud biznes tizimiga tor integratsiyalashuviga, uzluksiz jarayonning yetarli emasligiga va raqamli marketing harakatlariga kirish uchun o'lchovlarni ishlab chiqarolmasligiga olib kelishi mumkin ^[20].

Agar korxonalar bir vaqtning o'zida uning afzalliklarini o'lchamasa, biznes marketing resurslarini raqamli marketing strategiyasiga sarflashning ma'nosi yo'q ^[21]. Natijada, raqamli marketing strategiyalaridan kelib chiqadigan moddiy va nomoddiy foydalarni o'lchash qiyin va sabab va ta'sirni aniq aniqlash mumkin emas; masalan, kompaniya faoliyatining yaxshilanishi aslida raqamli marketing strategiyasining o'zi yoki aniqrog'i uning SM xususiyatlarining natijasidir.

Rivojlanayotgan mamlakatlarning xususiyatlari va sharoitlarini hisobga olgan holda, qo'llanilishi mumkin bo'lgan muassasada raqamli marketing strategiyalari ^[22]:

1. Veb-sayt hozirda universitet veb-saytining mavjudligi majburiydir. Ta'lim muassasasini joriy etishdan tashqari, bo'lajak talabalar va professor-o'qituvchilarni ham mamlakat ichida, ham chet elda jalb qilishdir. Bundan tashqari, bu boshqa muassasalar, ayniqsa chet elda hamkorlik qilish imkoniyatlarini oshiradi. Shu sababli, universitet veb-sayti kamida ikki til (muassasa joylashgan til va ingliz tili) bo'lishi kerakligi odatiy holga aylandi.
2. SEO (Search Engine Optimization) SEO-bu ta'lim muassasasi onlayn qidiruv jarayonidan yuqori reytinglarni olish uchun o'z veb-saytlarini optimallashtirish uchun foydalanishi mumkin bo'lgan strategiya. SEO-ni amalga oshirish orqali ta'lim muassasasi yangi talabalar ro'yxatga olinishini ko'paytirish va



o'qituvchilar va ta'lim xodimlari uchun tanlov joyiga aylanish imkoniyatiga ega bo'lishiga umid qilmoqda, chunki ular qidiruv saytlarida tez-tez paydo bo'ladi. SEO kontsepsiyasidan foydalangan holda ta'lim muassasasi veb-saytining ahamiyati, shuningdek, oliy ma'lumot bilim markazi bo'lgan va jamiyat farovonligini oshirish uchun ijtimoiy majburiyatlarga ega bo'lgan bilimlarni tarqatishdan tashqari.

3. Kontent Marketing ta'lim muassasasi rejalashtirish va ularning muassasalari haqida qiziqarli mazmunini qurish kutilmoqda. Ushbu kontent marketingi jamoatchilikni oliy ta'limning samaradorligi va yutuqlari, qarash va missiyaga qanday erishilishini tushunishga jalb qiladi va shu bilan kontent marketingi o'quvchilarini universitetni keyingi o'qish uchun tanlov joyiga aylantirishga undaydi.

Ko'pgina olib borilayotgan tadqiqotlarga qaramay, tadbirkorlar raqamlashgan biznes imkoniyatlaridan qanday foydalanish hamda ushbu biznes modelidagi asosiy konsepsiyalarni tushunish va qo'llash bo'yicha oqsayotganlarini kuzatish mumkin.

Yangi raqamli oliy ta'lim muassasalarni tashkil etish va uni rivojlantirish uchun raqamli tadbirkorlik va yetakchilik qila olish ko'nikmalariga ega bo'lishi lozim ^[23]. Raqamlashgan tadbirkorlik faoliyati uchun asosiy infrazuzilmani qo'llab-quvvatlovchi va tashkil etuvchi asosiy texnologik jihatlar bo'lgan ijtimoiy media va internetni tavsiflovchi raqamli biznes tizimlarini samarali yuritish asosiy jihatlariga e'tibor qaratish va ularni muntazam tahlil qilib borish talab etiladi.

Rivojlanayotgan texnologiyalar o'ziga xos muammolar va o'ziga xos yechimlarni topish hamda risklarga har doim tayyor holatda turish, shuningdek, eng asosiysi raqobatda yengib chiqish uchun faqatgina texnologiyalarni emas balki raqamli marketing strategiyalardan foydalana olishga doir bilim darajasini oshirish lozim. Hozirgi kundagi raqobatlashuv jarayonida muvaffaqiyatga erishish uchun raqamli marketing faoliyatini qay darajada rivojlantirishga bog'liqdir. Raqamli texnologiyalardan xabardorlik, aqliy qobiliyatlarning rivojlanishi masofaviy kommunikatsiyada muvaffaqiyat qozonish kabilar bugungi raqobatda muvaffaqiyat omili bo'lib hisoblanadi.

Oliy ta'lim muassasalari uchun raqamli marketingning roli juda katta bo'lib, u biznes rivojiga shuningdek bo'lajak mutaxassislarining ehtiyojlari va bo'lajak talablariga yuqori ta'sir o'tkazadi. Bo'lajak mutaxassislar qanday xizmatni kutayotganini bilish uchun ham oliy ta'lim muassasalari uchun raqamli marketing vositalaridan foydalana olish zarur hisoblanadi. Shuningdek, bu kabi tadqiqotlarni o'tkazish uchun bo'lajak mutaxassislar o'rtasida anonim tarzda anketa so'rovomasi o'tkazish va shu orqali xizmat ko'rsatish darajasiga raqamli marketingning ta'siri qay darajada ekanligini o'rganish mumkin bo'ladi. Bu kabi tadqiqotlarda so'rovnomalar asosan mashhur ijtimoiy tarmoqlar E-mail, Facebook, Viber, Instagramlar orqali amalga oshirilishi tadbirkorlarning vaqt va xarajatlardan tejashlariga olib keladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Keskin raqobat sharoitida oliy ta'lim xizmatlarning qiymatiga bo'lgan talab kun sayin o'zgarib bormoqda va o'z navbatida innovatsion texnologiyalarning tezkor rivojlanishiga bo'lgan talabni oshiradi ^[24]. Muvaffaqiyatli oliy ta'lim muassasalari o'zlarining marketing strategiyalari va faoliyatiga ko'proq e'tibor berishadi. Universitetlar uchun maqsadli bozorni, maqsadlar guruhini, maqsadli guruh talablarini va ular bilan muloqot qilishning eng yaxshi usulini tahlil qilish va aniqlash juda muhim.

Oliy ta'lim muassasalarining ikki tanlovini amalga oshirishi kerak: doimiy o'sish va mavjud bo'lgan sektorda lider bo'lish yoki qiyinchilik bilan yuzlashish va mavjud muammoga yengilish.

Institutlarga ishonchni mustahkamlash, brend xabardorligini yaratish va potentsial talabalarning kengroq auditoriyasini qamrab olish uchun raqamlashtirishdan foydalanishga qaratilgan samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishda foydalanish lozim.

Hozirgi vaqtda olib borilayotgan tadqiqotlarning aksariyati oliy ta'lim muassasasi faoliyatidan ko'ra ko'proq bo'lajak mutaxassislarining xulq-atvori va talablarini o'rganishga qaratilgan tadqiqotlarni tashkil etmoqda. Nufuzli 25 ta universitetlarining aksariyati Osiyo va Afrikada raqamli va ijtimoiy media uchun Facebook, Twitter, LinkedIn va YouTube-dan foydalanishadi. Muassasaga yuqori darajadagi ishonchni his qilgan talabalar ko'proq o'qishga kirishadi va uni boshqalarga tavsiya qilishadi.

Ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalarning rivojlanishi bilan universitetlar endi kengroq auditoriyani qamrab olishi va talabalar bilan shaxsiy darajada muloqot qilishlari mumkin bo'ladi.

Internet-ilovalarining ikkinchi avlodi oliy ta'lim muassasalarga bo'lajak mutaxassislar bilan aloqa o'rnatishning innovatsion shakllarini joriy etish va mijozlari bilan birgalikda kontent yaratish imkonini berish orqali marketing faoliyatini yanada rivojlanishiga olib keladi. Oliy ta'lim muassasalarining raqamli marketingdagi ishtirokini raqamli marketingning qabul qilingan afzalliklari va undan qay darajada foydalanishiga qarab tasniflash mumkin bo'ladi.

Raqamli marketing ko'proq auditoriyani jalb etish hamda uni saqlab qolishga erishishga yordam beradi, shuningdek, xizmatlarni sotib olish ehtimoli yuqori bo'lgan potentsial bozorlarga yo'naltiradi. Bundan tashqari,



raqamlashgan kommunikatsiya tizimlari hamda raqamli reklama strategiyalari an'anaviy reklamaga nisbatan ancha tejamkor hamda ular oliy ta'lim muassasalariga reklama samaradorligini har kuni o'lchash va unga doir muammolarni samarali yechish imkonini beradi. Shuningdek, raqamli marketing strategiyasi raqamli medidan foydalangan holda brend xizmatlarni targ'ib qilish hamdan uni samarali joriy etish uchun foydalaniladigan biznes shakli hisoblanadi. Shu sababli, raqamli marketingdan foydalanish oliy ta'lim muassasalari uchun har qanday bozor sharoitlarida samarali faoliyat yuritish uchun to'g'ri tanlovdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Gupta, D. (2020). How digital marketing helps the branding of a higher education institution. *International Journal of multidisciplinary Educational Research*, 9 (5 (3)), 45-55. www.ijmer.in retrieved from
2. How trust, brand awareness and digital marketing increase higher education marketing. (2023). *Asian Research Journal of business and management*. <https://doi.org/10.55057/ajrbm.2023.5.1.22>
3. KUSUMAVATI, A. (2019). The impact of digital marketing on the higher education institution's student decision-making process: an example of Indonesia. *Journal of e-learning and higher education*, 1-11. <https://doi.org/10.5171/2019.267057>
4. Sharopova Nafosat Radjabova. (2023). NETWORK ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA RESEARCH IN ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT. *QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 1(1), 12–15. <https://doi.org/10.54613/ku.v6i6.237>
5. Kisiotek, A., Karyy, O. and Kulyniak, I. (2022). The concept of a digital marketing communication model for higher education institutions. In *lecture texts on networks and systems (Volume 458, pp. 75-89)*. Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-981-19-2894-9_6
6. Makrydakakis, NS (2021). The role of digital marketing in state higher education organizations in attracting younger generations. *Marketing expert Journal*, 9 (1), 28-38.
7. Vidovic, A. (2020). Management by entrepreneurship using digital marketing. *International Journal of Sales, Retailing & Marketing*, 9(2), 61-65. <https://blog.marketresearch.com/the-impact-of-market-research-on-digital-marketing>
8. Le, N. and Ratten, V. (2021), "Digital Marketing and Social Entrepreneurship in Vietnam", Thaichon, P. and Ratten, V. (Ed.) *Developing Digital Marketing*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 41-64.
10. Sharopova, N. (2022). O'ZBYEKISTON TADBIRKORLIK SUB'YEKTULARI FAOLIYATIDA CRM TIZIMLARIDAN FOYDALANISH. *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*, 10(3), 339-347.
11. Kocić, M., & Radaković, K. (2018). Značaj digitalnog marketinga u procesu. *Marketing*, 49(1), 44-52. Retrieved 2019
12. Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The business model: Recent developments and future research. *Journal of Management*, 37, 1019–1042.
13. Rzemieniak, M., and Gajewski, P. (2018). THE IMPACT OF LATEST TRENDS IN MARKETING ENVIROMENT ON MARKETING AND ENTREPRENEURSHIP. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie* 32, 308–315.
14. Sharopova, N. (2024). Enhancing Digital Market Research Through Distributed Data and Knowledge-Based Systems: Analyzing Emerging Trends and Strategies. In: Koucheryavy, Y., Aziz, A. (eds) *Internet of Things, Smart Spaces, and Next Generation Networks and Systems. NEW2AN ruSMART 2023* 2023. *Lecture Notes in Computer Science*, vol 14543. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-60997-8_23
15. Fauzi, Teddy & Harits, Benyamin & Danial, R Deni Muhammad & Komariah, Kokom. (2020). Adaptive Strategies of External Environmental Effects in Digital Entrepreneurship in the Strategic Management Perspective. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 9. 38. 10.36941/ajis-2020-0040.
16. Yeffendy, A. A., Mas'adi, M., & Murtiyoko, H. (2021). Implementation of Digital Marketing Strategies to Increase Sales during the Covid-19 Pandemic (Study on MSMEs in South Tangerang City). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 155–163.
17. Wulan Tri Gartanti&Ike Junita Triwardhani & Raditya Pratama Putra (2020): "The Development of Village Entrepreneurship Through Digital Marketing Communication, *Proceedings of the 2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)*, DOI: 10.2991/assehr.k.200225.029
18. Vahid Jafari-Sadeghi, Alexeis Garcia-Perez, Elena Candelo, Jerome Couturier. Exploring the impact of digital transformation on technology entrepreneurship and technological market expansion: The role of technology readiness, exploration and exploitation. *Journal of Business Research*, Volume 124, January 2021, Pages 100-111.
19. Le, Ngoc & Ratten, Vanessa. (2021). Digital Marketing and Social Entrepreneurship in Vietnam. 10.1108/978-1-80071-348-220211003.
20. Shkrygun Yu.O. "E-business", "E-commerce" and "E-trading": Differences and Features. *Management of Economy: Theory and Practice*. Chumachenko's Annals: collection of scientific papers / Institute of Industrial Economics of the NAS of Ukraine. Kyiv, 2020. P. 312-325.
21. Bizhanova, K., Mamyrbekov, A., Umarov, I., Orazymbetova, A., & Khairullaeva, A. (2019). Impact of digital marketing development on entrepreneurship. In *E3S web of conferences (Vol. 135, p. 04023)*. EDP Sciences.
22. <https://www.researchgate.net/topic/Digital-Marketing/publications>
23. Tresnasari, Rini & Zulganef, Zulganef. (2023). Increasing MSME Performance Through Institutional Strengthening, Entrepreneurship, and Digital Marketing. *International Journal of Research in Community Services*. 4. 11-17. 10.46336/ijrcs.v4i1.383.
24. Ilmiy adabiyotlarni umumlashtirish orqali muallif ishlanmasi.

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

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 5

© 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](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@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.



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.