

OLIV TA'LIMNI STRATEGIK BOSHQARISH

Toshov Mirzabek Hakimovich

Osiyo xalqaro universiteti.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10655524>

Annotatsiya. Maqola oliy ta'limni strategik boshqarish kontseptsiyasiga bag'ishlangan. Ish universitet darajasida strategik menejmentning asosiy nazariy jihatlarini qisqacha tahlil qiladi. Muallif OTM samaradorligini oshirish va har bir bosqichda uning maqsadlariga erishish uchun strategiyani ishlab chiqishning asosiy bosqichlariga e'tibor qaratadi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, oliy ta'limda strategik menejment yanada samaraliroq, zamonaviy va moslashuvchan tizim bo'lib, bu OTMga raqobatbardoshlikni oshirish, salohiyatini kengaytirish va o'z oldiga qo'ygan maqsadlarga erishish imkonini beradi.

Kalit so'zlar: Strategiya; strategik boshqaruv; OTMlarni strategik rejalashtirish; raqobatdosh ustunlik; ta'lim bozori.

STRATEGIC MANAGEMENT OF HIGHER EDUCATION

Abstract. The article is devoted to the concept of strategic management of higher education. The work briefly analyzes the main theoretical aspects of strategic management at the university level. The author focuses on the main stages of strategy development in order to increase the effectiveness of OTM and achieve its goals at each stage. According to the results of the research, strategic management in higher education is a more effective, modern and flexible system, which allows higher education institutions to increase competitiveness, expand their potential and achieve their goals.

Keywords: Strategy; strategic management; Strategic planning of HEIs; competitive advantage; education market.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. Статья посвящена концепции стратегического управления высшим образованием. В работе кратко анализируются основные теоретические аспекты стратегического управления на университетском уровне. Автор акцентирует внимание на основных этапах разработки стратегии с целью повышения эффективности ОТМ и достижения поставленных целей на каждом этапе. По результатам исследования стратегическое управление в высшем образовании представляет собой более эффективную, современную и гибкую систему, позволяющую высшим учебным заведениям повысить конкурентоспособность, расширить свой потенциал и достичь поставленных целей.

Ключевые слова: стратегия; стратегический менеджмент; Стратегическое планирование вузов; конкурентное преимущество; рынок образования.

KIRISH

Bugungi dunyo jamiyatning deyarli barcha jabhalarida haqiqiy inqilobni boshdan kechirmoqda, bu COVID-19 pandemiyasi nuqtai nazaridan, ehtimol bir necha yilga tezlashtirilgan raqamli transformatsiya tufayli yuzaga kelgan. Ta'lim tizimi ham bundan mustasno emas, shubhasiz, pandemiya holatlari eng ko'p ta'sir ko'rsatayotgan sohalardan biridir. Keng tarqalgan

COVID-19 holatlari munosabati bilan dunyo bo'ylab ko'plab ta'lim muassasalari an'anaviy ta'lim shaklidan voz kechib, masofaviy ta'lim ko'rinishidagi ta'lim jarayonlarini tiklashga majbur bo'ldi.

Ta'lim tizimining bu boradagi muammosi shundaki, barcha ta'lim muassasalarida masofaviy ta'lim jarayonlarini samarali tashkil etish va yuqori sifatni ta'minlash imkonini beradigan imkoniyatlar yetarli emas. Bundan tashqari, masofaviy ta'lim bo'yicha barchaga teng imkoniyatlar yaratish uchun mamlakatda internetga kirish darajasi va ulanish uchun zarur qurilmalar mavjudligi e'tiborga olinishi kerak.

ASOSIY NATIJALAR

Hozirgi kunda oliy ta'lim muassasalarining (OTM) eng dolzarb muammolaridan biri o'zgaruvchan muhitga moslashish, raqamli transformatsiya jarayonlariga hamqadam bo'lish va ta'lim bozorining zamonaviy talablariga javob beradigan faoliyat yuritish zarurati hisoblanadi.

Zamonaviy bilim va ko'nikmalarni egallagan, tez o'zgarib borayotgan sharoitda qaror qabul qila oladigan boshqaruv kadrlarining yangi avlodi uchun mutaxassislar tayyorlash bugungi oliy ta'limning asosiy maqsadi hisoblanadi.

Oliy ta'lim tizimini isloh qilish, jarayonni yuqori sifat saviyasida tashkil etishning bugungi talabi OTMlar faoliyatida innovatsion texnologiyalar va yanada samarali boshqaruv tizimlarini qo'llashni taqozo etmoqda.

Hozirgi vaqtda strategik menejment oliy ta'limni boshqarish texnologiyalari orasida markaziy o'rinni egallaydi. Buning sababi shundaki, u ta'lim tizimini tashqi muhit bilan uzoq muddatli uyg'unlashtirish jarayoniga ilmiy asos yaratish imkonini beradi. Strategik menejment OTMga tashqi muhit bilan samarali aloqada bo'lgan o'z-o'zini rivojlantiruvchi tizimga aylanishiga imkon beradi. Barqarorlikka erishish uchun hukumatlar o'zlarining ta'lim tizimlarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish uchun strategik boshqaruv va rejalashtirishni qo'llashlari kerak.

Strategik menejment bozorining ortib borayotgan ehtiyojlari va talablariga javob beradigan ta'lim jarayonini rejalashtirish, tashkil etish va boshqarishni, uning funktsiyalarini atrof-muhit o'zgarishlariga muvofiqlashtirishni anglatadi.

Universitetni strategik boshqarishning muayyan jihatlarini aks ettiruvchi xorijiy olimlarning ishlari orasida A.V. Klyueva, A.O. Grudzinskiy, E.Yu. Gorbunova, A.P.Egorshina, A.I. Vladimirova, D.P. Norton, G.A.J.Striklend, G. Hamel va boshqalar.

Tashkilot strategiyasi va strategik menejment ko'proq bog'liq bo'lgan omil bo'yicha ular taklif qilgan g'oyalarga ko'ra, uchta taxminiy yondashuvni tasniflash mumkin.

Birinchi, resurslar tanqisligi nuqtai nazaridan o'z maqsadlariga erishish uchun tashkilotlar strategik boshqaruvga muhtoj. U, o'z navbatida, tashkilotlardan o'z resurslarini yanada oqilona taqsimlashni, qabul qilingan strategiyani amalga oshirishni ta'minlash uchun samarali taktikalardan foydalanishni talab qiladi.

A.Balobanov va A.Klyuev fikricha, strategik menejment g'oyasi to'liq shaffof bo'lmagan, o'zgaruvchan va ko'plab omillarga, xususan, harakatlarga bog'liq bo'lgan sharoitlarda qanday boshqarish kerak degan savolga javob berishga urinishdir. mustaqil qarorlar qabul qiladigan va o'z maqsadlariga erishishga intiladigan boshqa odamlar. Bunday sharoitda boshqarish strategik boshqarishni anglatadi. Strategiyani ishlab chiqish zarurati resurslar kam bo'lganda paydo bo'ladi.

Agar menejer o'zini qiziqtirgan muammoni hal qilish uchun etarli resurslarga ega bo'lsa, uni hech qanday maxsus strategiya ishlab chiqmasdan hal qiladi.

Ikkinchidan, tashkilotlar raqobatbardosh bozorda g'alaba qozonish, shuningdek, bozorda o'z mavqeini mustahkamlash uchun raqobatdosh ustunliklarini yaxshilash uchun strategik menejmentdan foydalanadilar.

Strategik menejment firmalarga va ular muvaffaqiyatli bo'lish va qolish uchun foydalanadigan turli strategiyalarga qaratilgan. Firmalar raqobatbardosh bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun strategiyalar yoki uzoqroq maqsadlarni ishlab chiqadilar. Firmalar mavjud bo'lgan dinamik muhitda, sharoitlar o'zgarganda firmalar o'z strategiyalarini o'zgartirishi mumkin.

Uchinchidan, tashkilotlar global pandemiya davrida yuzaga kelgan muammolar kabi tez o'zgaruvchan muhit nuqtai nazaridan duch keladigan muammolarni hal qilish uchun strategik boshqaruv tizimiga muhtoj. A.O. Grudzinskiy zamonaviy universitetni strategik boshqarishning asosiy vositasi o'qituvchilar va tadqiqotchilarning faol loyiha guruhlarini rivojlantirishning umumiy yo'nalishi va ustuvorliklarini belgilab beruvchi innovatsion missiya bo'lishi kerak, deb hisoblaydi. U universitet boshqaruviga o'ziga xos yondashuvni va shunga mos ravishda "loyihaga yo'naltirilgan universitet" deb ataladigan o'ziga xos tashkiliy tuzilmani taklif etadi.

A.Egorshin va E.Gorbunovalar strategiyani boshqaruv maqsadlariga erishish uchun zarur bo'lgan va samarali harakatlarning umumlashtirilgan modeli sifatida belgilaydilar. tanlangan mezonlar (ko'rsatkichlar) asosida resurslarni taqsimlash. Strategik menejment bo'yicha 15 yillik tajribaga asoslanib, ular universitetning strategik boshqaruvining sakkizta makro-kichik tizimini aniqladilar. Ular ta'lim muassasalari ko'plab mumkin bo'lgan muqobil strategiyalarga duch kelishi mumkinligini ta'kidlaydilar.

Ta'lim xizmatlari iste'molchilari ta'lim sohasidagi raqobat tufayli universitet bitiruvchilari uchun kasbiy talablar darajasini sezilarli darajada oshiradilar. Yangi iqtisodiy sifatlar kontekstida eadates nant aperising uchun va umuman universitet faoliyati - ta'lim xizmatlari bozori va mehnat bozorining muvofiqiligini ta'minlash.

Strategik menejment - bu menejment, ya'ni denges oninizalist qo'l mahealinge atrof-muhitdan va unga raqobatdosh ustunliklarga erishishga imkon beradi, bu esa tashkilotga uzoq muddatda omon qolish imkoniyatini beradi. istiqbolli va maqsadlaringizga erishing.

A.Kaigorodsev va boshqalar universitetni rivojlantirish strategiyasi quyidagi tamoyillar asosida amalga oshirilishi lozimligini ta'kidlaydilar:

- ta'limning uzluksizligi;
- doimiy innovatsiyalar;
- diversifikatsiya qilish;
- sinergiya;
- ta'lim xizmatlarini iste'molchilarga yaqinlashtirish;
- Sifat menejmenti;
- strategik tahlil asosida ilmiy va ta'lim mahsulotlari (xizmatlari) portfelini shakllantirish.

Aytish joizki, bugungi kundagi oliy ta'lim muassasalari, ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda o'z bitiruvchilarining potentsial ish beruvchilari bilan yuqori darajada integratsiyalashuvning yo'qligi (a), o'quv va o'qitish jarayonlarini sifatsiz boshqarish (b), o'quv dasturlarini yanada samarali tashkil etish kabi muammolardan aziyat chekmoqda. jahon standartlari va iste'molchilar ehtiyojlariga javob beradigan xizmatlar (c), shuningdek, bozor tadqiqotlari va strategik tahlillar (d).

Ular oliy ta'lim muassasasining strategiyasi ta'lim va bozor munosabatlarining optimal uyg'unligiga asoslanishi kerak, degan xulosaga keladi. Shu bilan birga, universitetlar strategiyasida zamonaviy ta'lim paradigmalari ustun bo'lishi kerak. Universitetlar: innovatsion faol bo'lishi kerak; o'z faoliyatining barcha jabhalarida oldindan belgilangan ta'lim va umumiy sifatni ta'minlash; talabalarga yo'naltirilgan bo'lish; strategik hamkorlikni rivojlantirish.

Tashkilotda strategik menejmentni qo'llash va uning yuqori samaradorligini ta'minlash uchun aniq vazifalar sanab o'tilgan alohida bo'limni shakllantirish va mutaxassislarni yollash tavsiya etiladi.

Ba'zi tashkilotlar o'zlarining mavjud boshqaruv xodimlarini o'z faoliyatini strategik rejalashtirish jarayoniga yaqin kelajak va uzoq muddatli davrga jalb qilish tajribasiga ega.

Aksariyat hollarda ular na samarali boshqaruv tizimi, na samarali strategiya bilan yakunlanadi. A. Egorshin va E. Gorbunovanning so'zlariga ko'ra, strategik menejment sub'ektning beshta malakaga ega bo'lishini o'z ichiga oladi:

Vaziyatni simulyatsiya qilish (muammolarni aniqlash);

- Kerakli o'zgarishlarni aniqlash (maqsadlarni shakllantirish);
- O'zgarishlar strategiyasini ishlab chiqish (asosiy strategiyalar);
- turli ta'sir usullaridan foydalanish (strategiyani amalga oshirish va amalga oshirish);
- Strategiyaga tuzatishlar kiritish (o'zgarishlarni boshqarish).

Strategik menejmentning klassik nazariyasida strategik menejmentning uchta asosiy bosqichi (bosqichi) mavjud bo'lib, ularni oliy o'quv yurtiga oson tatbiq etish mumkin:

Diagnostik tahlil.

Ushbu bosqichda mintaqaning ta'lim va fan tizimidagi o'rmini aniqlash uchun universitetning bir necha yillardagi ijtimoiy-iqtisodiy holatini tizimli ravishda tahlil qilish kerak (xususan, boshqaruv maqsadlari va mezonlari, boshqaruv muammolari reytingi, tashqi iqtisodiy faoliyatni o'rganish). va STEP va SWOT tahlil usullaridan foydalangan holda ichki muhit, universitetning raqobatbardosh afzalliklarini aniqlash va strategik rivojlanish ustuvorliklarini tanlash).

Universitetni strategik rejalashtirish.

Dastlab, strategik rejalashtirish davri tanlanishi kerak.

Keyinchalik, ekspert baholash, tizimli tahlil va prognozlash usullaridan foydalangan holda, strategik rivojlanish maqsadlarini shakllantirish, universitetning uch variantli rivojlanishini modellashtirish (pessimistik, realistik, optimistik), rivojlanish ko'rsatkichlarini prognoz qilish amalga oshiriladi. universitetning 5 yoki 10 yilga, daromad va xarajatlar byudjetini optimallashtirish va maqsadli kompleks rivojlanish dasturlarini ishlab chiqish.

Universitet strategiyasini amalga oshirishni boshqarish. Bu bosqichda strategik rejalar boshqaruv amaliyotida moddiylashtiriladi, strategiyani amalga oshirishning vazifalari, shartlari va bosqichlari aniqlanadi, strategik rejaning bajarilishi monitoring qilinadi va universitet faoliyatining yakuniy natijalaridan kelib chiqib strategiyaning samaradorligi baholanadi.

Tashkilot boshqaruv tizimining eng muhim qismi tegishli strategiyani ishlab chiqishdir.

Ikki yoki undan ortiq muqobil strategiyalar bo'lishi mumkin va boshqaruv jamoasi eng maqbulini tanlashi kerak.

Keyinchalik maksimal foyda olish uchun ishlash kerak natijalar. Sundukova G.M. va boshqalar strategiya ustida ishlashning quyidagi asosiy bosqichlarini ta'kidlang:

1. Strategiya ustida ishlashning tayyorgarlik bosqichi. Bu bosqichning natijasi universitet ma'muriyati va jamoasida strategik fikrlashni shakllantirish;
2. Rivojlanish bosqichi Bu bosqichning natijasi universitet hamjamiyatini uzoq muddatli yo'riqnomalar tizimi atrofida birlashtirish;
3. Amalga oshirish strategiyasining bosqichi. Ushbu bosqichning natijasi universitet brendini shakllantirish va ilgari surish, rivojlanish uchun tashqi va ichki resurslarni jalb qilish;
4. Natijalarga erishish bosqichi va ulardan foydalanish. Yakuniy natija universitetdagi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatning yaxshilanishidir.

Tayyorgarlik bosqichi strategik rejalashtirish guruhini shakllantirish, strategiya kontsepsiyasini ishlab chiqish va kerak bo'lganda tashqi maslahatchilarni jalb qilishning asosiy ob'ektlaridan iborat.

Rivojlanish bosqichida strategiya tuzilishini ishlab chiqish boshlanadi. Keyin strategiyani ishlab chiqish bo'yicha ishlarni tashkil qilish uchun asosiy funksiyalarni taqsimlash kerak. Va oxirida strategiya ilmiy kengash yoki konferentsiyada tasdiqlanadi.

Amalga oshirish bosqichi quyidagi maqsadlarni o'z ichiga oladi:

- amalga oshirish uchun tashkiliy yordam;
- dasturiy ta'minotga yo'naltirilganligini ta'minlash; tadbirlar tizimi va kalendar jadvali;
- tashqi investorlar bilan o'zaro hamkorlik; ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro aloqa;
- mintaqaviy va federal bilan o'zaro hamkorlik hokimiyat organlari.

XULOSA

Yakuniy bosqichda amalga oshirishning birinchi yili natijalarini umumlashtirish va strategiyani tuzatish kerak.

Albert Shramning ta'kidlashicha, "strategik rejalashtirishda" "strategik" faqat uzoq muddatlini anglatadi.

"strategik boshqaruv", "strategik" o'zgaruvchan muhitda rivojlanish uchun o'ziga xos o'yin rejasini anglatadi. Strategik rejalashtirish ham, strategik menejment ham oliy ta'lim muassasasining omon qolishi uchun zarur, ammo bu ikki faoliyatni chalkashtirib yubormaslik kerak".

Universitetni strategik boshqarish tizimida strategik rejalashtirish quyi tizimi alohida o'rin tutadi.

Ta'lim xizmatlari bozorida raqobatdosh ustunliklarini mustahkamlash uchun yanada samarali boshqaruv texnologiyalarini qo'llash uchun OTMlar bir qator maqsadlarni hisobga olishlari kerak, masalan:

- OTMning ichki va tashqi muhitini aniq tahlil qilish;
- innovatsion yondashuv asosida OTMning faoliyat jarayonlarida axborot texnologiyalaridan foydalanishni kengaytirish;
- masofaviy ta'limni doimiy ravishda takomillashtirish.

Shunday qilib, strategik boshqaruv kontsepsiyasi, ayniqsa, raqobat nuqtai nazaridan kafolatlar beradi:

- resurslarning yanada muvozanatli xarajatlari;

yanada samarali ishlash; raqobatdosh ustunlikni oshirish;
bozorni muvaffaqiyatli joylashtirish.

Oliy o'quv yurtlarini strategik boshqarish nafaqat hozirgi, balki kelajakdagi ta'lim filmlarining dengiz manbalarini aniqlash va qondirishga yordam beradi.

Oliy ta'limda strategik menejment oliy ta'lim muassasalariga yanada raqobatbardosh bo'lish, o'z salohiyatini kengaytirish va o'z oldiga qo'ygan maqsadlarga erishish imkonini beruvchi samaraliroq, zamonaviy va moslashuvchan tizimdir.

REFERENCES

1. Shadiyev, A. K. (2023). Stages of Development of The Digital Economy in Uzbekistan and Future Plans. *Best Journal of Innovation in Science, Research and Development*, 2(12), 333-340.
2. Shadiyev, A. (2022). О 'QUV EKSKURSIYASI-TURIZMNI O 'QITISHNING INNOVATSION USULI SIFATIDA. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 13(13).
3. Базарова, М. С., Шарипова, М., & Нуруллоев, О. (2021). “РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ” ДА АҲОЛИНИНГ ИШ БИЛАН БАНДЛИГИ ХУСУСИЯТЛАРИ. САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ, 482.
4. Bazarova, M. S. (2022). FACTORS THAT ENSURE THE SUCCESSFUL IMPLEMENTATION OF A SYSTEM OF KEY PERFORMANCE INDICATORS IN THE FIELD OF HIGHER EDUCATION. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 10(11), 582-586.
5. Bahodirovich, K. B. (2023). EVOLUTION OF THE AUDITING PROFESSION IN THE SMART MACHINE AGE. *Gospodarka i Innowacje.*, 41, 450-454.
6. Khalilov Bahromjon Bahodirovich. (2023). The International Financial Reporting Standards (IFRS) Mean to Businesses and Investors in Uzbekistan. *Miasto Przyszłości*, 42, 746–750.
7. Raxmonqulova, N. (2023). DEVELOPMENT STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY. *Modern Science and Research*, 2(12), 301-305.
8. Abdulloev, A. J., & Rakhmankulova, N. O. THEORETICAL ASPECTS OF THE INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP CONCEPT.
9. Sh, Y. D., & Rakhmanqulova, N. O. (2021). XUSUSIY SHERIKCHILIK VA TURIZM KLASTERI SOHASIDAGI TADBIRKORLIK RIVOJIDA DAVLATNING O'RNI. BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI, 1(2), 73-76.
10. Явмутов, Д. Ш., & Рахманкулова, Н. О. (2021). РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. ТА'ЛИМ VA RIVOJLANISH TANHLI ONLAYN ILMIY JURNALI, 1(2), 23-28.
11. Рахманкулова, Н. (2023). РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕГИОНАЛЬНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ. *Gospodarka i Innowacje.*, 36, 168-170.
12. Sodiqova, N. (2023). A POLITICAL ECONOMY ANALYSIS OF ECONOMIC SECURITY. *Modern Science and Research*, 2(12), 559–568.

13. To'rayevna, S. N. (2023). DEMOKRATIYA VA IQTISODIYOT O'RTASIDAGI MUNOSABAT" SIYOSIY SHAXS" NAZARIDAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 387-394.
14. To'rayevna, S. N. (2023). YETAKCHILIK USLUBI SIFATIDA MURABIYOTDAN FOYDALANISH MENEJERLARNI TAYYORLASH. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 399-408.
15. Toshov, M. (2023). FORMATION OF PRINCIPLES HR (HUMAN RESOURCE) BASED ON KEY INDICATORS (KPI). *Modern Science and Research*, 2(12), 477–482.
16. Toshov, M. (2023). CREATIVE ECONOMY: ESSENCE AND STRUCTURE. *Modern Science and Research*, 2(12), 499-505.
17. Toshov, M. (2023). HR BOSHQARMASIDA KPI TIZIMI. *Modern Science and Research*, 2(12), 470–476.
18. Очиллов, Ш. Б., & Жумаева, З. К. (2017). Основные направления развития инноваций в республике Узбекистан. *Инновационное развитие*, (6), 45-47.
19. Жумаева, З. К., & Тошев, Ф. З. (2017). Пути дальнейшего совершенствования привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику Узбекистана. *Инновационное развитие*, (4), 66-68.
20. Akbarovna, N. N. (2023). BULUTLI HISOBLASH TEXNOLOGIYALARINING IQTISODIYOTDA TURGAN ORNI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 517-520.
21. Nargiza, N. (2023). THE ROLE OF PROPERTY RELATIONS IN SOCIETY. *Modern Science and Research*, 2(12), 889–893.
22. Ibdulloyevich, I. E. (2023). DAVLAT BUDJETI DAROMADLARINI TAQSIMLANISHINI TAKOMILLASHTIRISH. *Gospodarka i Innowacje.*, 41, 321-325.
23. Ibdulloyevich, I. E. (2023). KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI YANADA RIVOJLANTIRISH UCHUN QULAY ISHBILARMONLIK MUHITINI SHAKLLANTIRISH. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 481-484.
24. Ikromov, E. (2023). REGULATION OF BUSINESS ACTIVITY IS SIMPLIFIED. *Modern Science and Research*, 2(12), 1107–1111.
25. Jumayeva, Z. (2023). BASICS OF NATIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT. *Modern Science and Research*, 2(12), 296–300.
26. Bustonovna, J. Z. (2023). PECULIARITIES OF THE AGRICULTURAL ECONOMY IN THE COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION. *Finland International Scientific Journal of Education, Social Science & Humanities*, 11(5), 1256-1260.
27. Abidovna, A. S. (2023). MONTE CARLO MODELING AND ITS PECULIARITIES IN THE IMPLEMENTATION OF MARKETING ANALYSIS IN THE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 375-380.
28. Abidovna, A. S. (2023). PRIORITY DIRECTIONS OF ANALYSIS OF CHANNELS OF PROMOTION OF THE MAIN ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND SEPARATE COMMUNICATION PROGRAMS. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 369-374.
29. Hakimovich, T. M. (2023). BOSHQARUVCHILARNING SAMARADORLIKKA ERISHISHDAGI PROFESSIONALLIGI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 421-425.

30. Jiyanmuratova, G. S. (2019). ELECTORAL MOOD OF THE YOUTH ELECTORATE OF UZBEKISTAN. In *ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ЭТАПА РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ НАУКИ* (pp. 7-9).
31. Dzhiyanmuratova, G. (2023). Factors Determining the Behavior of Young Voters. *Information Horizons: American Journal of Library and Information Science Innovation* (2993-2777), 1(10), 96-100.