

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

2026-YIL
IYUN/6-SON, I-QISM



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 - Texnika fanlari

08.00.00 - Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



ISSN: 3060-463X

РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr, 2026-yil, iyun.

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afarovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalendar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

Yusupov Maxamadamin Abduxamidovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor

Kalonova Moxigul Baxritdinovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (PhD), dotsent

Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor.

Karimova Nilufar Sadirdin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Norboyev Odil Abrayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Karimova Nilufar Sadirdin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Pardaev Umidjon Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc)

muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
05.01.07 – Matematik modellashtirish
05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
05.08.06 – "G'ildirakli va gusenisali mashinalar va ularni ishlatish" (texnika fanlari)
05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
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

Ma'lumot uchun, OAK
Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA KORPORATIV MENEJMENTNING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI VA STRATEGIK AHAMIYATI.....	14
Xabibullayev Dadajon Ro‘ziboyevich	
GREEN ECONOMY TRANSITION AND INVESTMENT CHALLENGES IN DEVELOPING COUNTRIES	20
Ismoilov Sulaymon Axmadjon o‘g‘li	
O‘ZBEKISTONDA YASHIL SOLIQQA TORTISH TIZIMINI MUAMMOLAR, YECHIM VA IMKONIYATLARI ASOSIDA JORIY ETISH.....	24
Abdumannobova Gulnoz Akmaljon qizi	
O‘ZBEKISTONDA IJTIMOY TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI MOLIYALASHTIRISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH VA INVESTITSYAVIY JOZIBADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	30
Nosirova Kamola Alimovna	
RAQAMLI IQTISODIYOTDA TELEKOMMUNIKATSIYA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION MODELLARI VA ULARNING SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH	39
Xazratov Abror Panjiyevich	
MINTAQA SANOAT KORXONALARIDA IQTISODIY O‘SISHGA TA‘SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	44
Astanayev Kulmaxammat Sanayevich	
TIJORAT BANKLARIDA INNOVATSION DEPOZIT XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI VA UNING BANK RESURS BAZASIGA TA‘SIRI.....	51
Ro‘zimurodov Olim, Normamatov Ruslanbek Shamsiddin o‘g‘li	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SUG‘URTA EKOTIZIMINI SHAKLLANTIRISH VA RIVOJLANTIRISHNING TASHKILY-IQTISODIY ASOSLARI.....	57
Xalikulova Gulzada Tadjimuratovna, Kodirova Samira Kamol qizi	
MEHNAT SHARTNOMASI ASOSIDA FAOLIYAT YURITUVCHI QO‘RIQLASH DEPARTAMENTI TIZIMIDAGI IDORAVIY HARBIYLASHTIRILGAN QO‘RIQLASH VA IDORAVIY QOROVULLIK BO‘LINMALARI ISHCHI-XIZMATCHILARIGA DAVLAT IJTIMOY SUG‘URTASINI TATBIQ ETISHNING HUQUQIY-IQTISODIY JIHATLARI	64
Salimbayev Mirsohibjon Mirsodiq o‘g‘li	
ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ИСЛАМСКОГО СТРАХОВАНИЯ И ЕГО СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НА ПРИМЕРЕ БЛИЖНЕВОСТОЧНЫХ СТРАН.....	70
Гаффоров Шухрат Насриевич	
IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISHDA MADANIY TURIZM SOHASIDAGI SUBYEKTLAR TA‘SIRINI BAHOLASH USULLARI.....	77
Shohruzbek Ruziyev	
“YASHIL IQTISODIYOT”GA O‘TISH SIYOSATINING DASTAKLARI.....	84
Inatullayeva Intizor Jamshid qizi	
RAQAMLI MEDIA BOZORI SHAROITIDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI KORXONALARIDA DAROMAD MANBALARINI DIVERSIFIKATSIYA QILISHNING IQTISODIY USTUVOR YO‘NALISHLARI.....	87
Sharipova Shahlo Istamovna	



RAQAMLI MEDIA BOZORI SHAROITIDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI KORXONALARIDA DAROMAD MANBALARINI DIVERSIFIKATSIYA QILISHNING IQTISODIY USTUVOR YO'NALISHLARI

Sharipova Shahlo Istamovna

Renessans universiteti,

Matematika va tabiiy fanlar kafedrasida katta o'qituvchisi

E-mail: sh_sharipova@renessans-edu.uz

ORCID: 0009-0001-0550-7447

Annotatsiya. Maqolada raqamli media bozori sharoitida ommaviy axborot vositalari (OAV) korxonalarida daromad manbalarini diversifikatsiya qilishning iqtisodiy ustuvor yo'nalishlari yoritilgan. Raqamli reklama, obuna modeli, native kontent, platformaviy monetizatsiya, maxsus loyihalar va kontentni litsenziyalash media korxonalarining moliyaviy barqarorligini mustahkamlovchi omillar sifatida tahlil qilingan. Tadqiqotda diversifikatsiya faqat qo'shimcha daromad manbalarini izlash emas, balki auditoriya qiymati, kontent portfeli va boshqaruv qarorlarini uyg'unlashtiruvchi iqtisodiy mexanizm ekanligi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: OAV, media korxonalari, raqamli media bozori, daromad manbalari, diversifikatsiya, monetizatsiya, obuna modeli, raqamli reklama, moliyaviy barqarorlik.

Аннотация. В статье рассмотрены экономические приоритеты диверсификации источников доходов предприятий средств массовой информации в условиях цифрового медиарынка. Проанализированы цифровая реклама, подписная модель, нативный контент, платформенная монетизация, специальные проекты и лицензирование контента как факторы укрепления финансовой устойчивости медиапредприятий. Обосновано, что диверсификация доходов выступает не только инструментом поиска дополнительных источников дохода, но и важным механизмом, обеспечивающим согласование ценности аудитории, контентного портфеля и управленческих решений.

Ключевые слова: СМИ, медиапредприятия, цифровой медиарынок, источники доходов, диверсификация, монетизация, подписка, цифровая реклама, финансовая устойчивость.

Abstract. The article examines the economic priorities of revenue source diversification in mass media enterprises operating in the digital media market. Digital advertising, subscription models, native content, platform monetization, special projects, and content licensing are analyzed as key factors contributing to financial sustainability. The study argues that revenue diversification is not merely a search for additional income streams, but an integrated economic mechanism that aligns audience value, content portfolios, and managerial decision-making.

Keywords: mass media, media enterprises, digital media market, revenue sources, diversification, monetization, subscription model, digital advertising, financial sustainability.

KIRISH

Raqamli media bozori ommaviy axborot vositalari (OAV) korxonalarining iqtisodiy faoliyatida daromadlarni shakllantirish va auditoriya bilan ishlash tamoyillarini tubdan o'zgartirmoqda. An'anaviy sharoitlarda media korxonalari asosan reklama, homiylik va nashr savdosidan olinadigan daromadlarga tayangan bo'lsa, bugungi kunda daromadlar veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, videoplattformalar, mobil ilovalar, podkastlar, obuna xizmatlari hamda maxsus raqamli mahsulotlar orqali shakllanmoqda.

Mavzuning dolzarbligi shundaki, raqamli media bozorida auditoriya e'tibori turli platformalar o'rtasida taqsimlanib bormoqda, reklama beruvchilar esa aniq o'lchanadigan va segmentlangan media xizmatlarga bo'lgan talabni kuchaytirmoqda. Shu sababli bitta daromad manbasiga tayanish OAV korxonalari uchun moliyaviy xavflarni oshiradi. Daromad manbalarini diversifikatsiya qilish esa pul oqimlarining barqarorligini



ta'minlash, bozor tebranishlariga moslashish hamda kontentning iqtisodiy qiymatini oshirish imkonini beradi.

Mazkur maqolaning maqsadi raqamli media bozori sharoitida OAV korxonalarida daromad manbalarini diversifikatsiya qilishning iqtisodiy ustuvor yo'nalishlarini aniqlash hamda ularning moliyaviy barqarorlikka ta'sirini ilmiy jihatdan asoslashdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Media iqtisodiyoti bo'yicha olib borilgan tadqiqotlarda OAV korxonalarini ikki tomonlama bozor subyektlari sifatida talqin etiladi. R.G. Picard yondashuviga ko'ra, media mahsulotining iqtisodiy qiymati auditoriya e'tibori hamda reklama beruvchilar talabi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik asosida shakllanadi. A.B. Albarran esa media bozorlarida raqobatning kuchayishi sharoitida daromad manbalarini kengaytirish va xarajatlarni moslashuvchan boshqarish zarurligini ta'kidlaydi.

UNESCOning media barqarorligi bo'yicha yondashuvlarida media tashkilotlarining uzoq muddatli faoliyati auditoriya ishonchi, mustaqil kontent hamda iqtisodiy resurslarning barqarorligiga bog'liq ekanligi qayd etilgan. Reuters Institute tadqiqotlarida esa raqamli platformalarning jadal rivojlanishi, obuna modellarining murakkablashuvi va ijtimoiy tarmoqlarga qaramlikning ortishi zamonaviy OAV faoliyati uchun muhim chaqiriqlar sifatida baholanadi.

O'zbekiston sharoitida raqamli iqtisodiyot va OAV faoliyatini rivojlantirishga qaratilgan me'yoriy-huquqiy hujjatlar media korxonalarining texnologik yangilanishi hamda bozor mexanizmlariga moslashuvi uchun muhim institutsional asos yaratmoqda.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda tizimli tahlil, qiyosiy yondashuv, konseptual umumlashtirish hamda jadval asosida tizimlashtirish usullaridan foydalanildi. OAV korxonalarida daromad manbalarini diversifikatsiya qilish jarayonlari raqamli reklama, obuna modellari, native kontent, platformaviy monetizatsiya, kontentni litsenziyalash va maxsus media loyihalari kesimida tahlil qilindi.

Maqolada diversifikatsiya tushunchasi faqat daromad manbalari sonini ko'paytirish vositasi sifatida emas, balki moliyaviy risklarni kamaytirish, auditoriya qiymatini oshirish, kontent aktivlaridan samarali foydalanish hamda boshqaruv qarorlarini ma'lumotlarga asoslangan holda qabul qilishni ta'minlovchi iqtisodiy mexanizm sifatida talqin etildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Raqamli media bozorida OAV korxonalarining daromad modeli chiziqli shakldan ko'p kanalli va tarmoqlangan iqtisodiy tizimga o'tib bormoqda. Endilikda bir xil kontent turli formatlarda qayta ishlab chiqilib, bir nechta platformalarda joylashtirilishi hamda har bir kanal orqali alohida monetizatsiya qilinishi mumkin. Masalan, tahliliy ko'rsatuvning to'liq varianti videoplatformalarda namoyish etilsa, uning qisqa lavhalarini ijtimoiy tarmoqlarda tarqatiladi, asosiy g'oyalari esa veb-sayt maqolasi ko'rinishida taqdim etiladi.

Birinchi ustuvor yo'nalish raqamli reklama inventarini rivojlantirishdan iborat. Bunda media korxonasi faqat reklama maydonini sotish bilan cheklanib qolmay, auditoriya segmentlari, platformalar qamrovi va foydalanuvchilar faolligi asosida integratsiyalashgan reklama paketlarini ishlab chiqadi. Bu esa reklama beruvchilar uchun aniqroq tijorat natijalarini, OAV korxonalarini uchun esa yuqori monetizatsiya imkoniyatlarini yaratadi.

Ikkinchi ustuvor yo'nalish obuna va a'zolik modellarini rivojlantirish hisoblanadi. Ushbu model reklama bozoriga qaramlikni kamaytiradi, biroq uning samaradorligi auditoriya ishonchi, kontentning noyoblighi va foydalanuvchi tajribasi darajasiga bevosita bog'liq. Pullik kontent faqat chuqur tahlil, ishonchli axborot hamda amaliy qiymat taqdim etgan taqdirdagina barqaror daromad manbaiga aylanishi mumkin.

Uchinchi ustuvor yo'nalish native kontent va maxsus media loyihalarini rivojlantirishdir. Bunday mahsulotlar brendlar, ta'lim muassasalari, biznes subyektlari yoki ijtimoiy tashkilotlar bilan hamkorlik asosida yaratiladi. Biroq tijorat maqsadidagi kontent tahririyat mustaqilligi va auditoriya ishonchiga salbiy ta'sir ko'rsatmasligi uchun u aniq belgilanishi hamda belgilangan sifat mezonlariga muvofiq bo'lishi zarur.

To'rtinchi ustuvor yo'nalish kontent aktivlarini qayta tijoratlashtirish hisoblanadi. OAV korxonalarini arxiv videolari, foto materiallar, tahliliy maqolalar, ekspert intervyulari va mualliflik dasturlarini litsenziyalash, tematik



to'plamlar, o'quv kurslari yoki hujjatli media mahsulotlari shaklida qayta ishlab, qo'shimcha qiymat yaratishi mumkin. Bu esa kontentni bir martalik mahsulot sifatida emas, balki uzoq muddatli nomoddiy aktiv sifatida boshqarishni talab etadi (1-jadval).

1-jadval

OAV korxonalarida diversifikatsiyalangan daromad manbalari va ularning iqtisodiy mazmuni

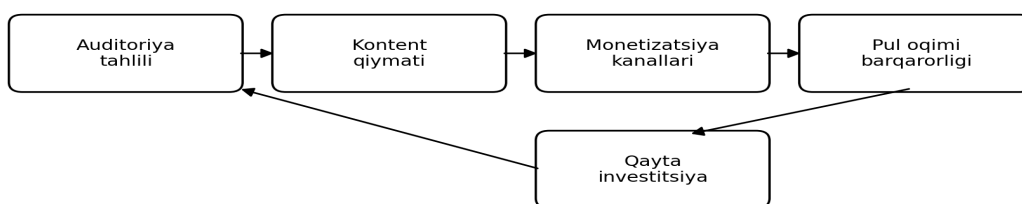
Daromad manbasi	Iqtisodiy mazmuni	Kutiladigan samara	Boshqaruv sharti
Raqamli reklama	Banner, video va segmentlangan reklama paketlari	Reklama inventari qiymati oshadi	Auditoriya ko'rsatkichlarini aniq o'lchash
Obuna va a'zolik	Premium maqola, video, maxsus tahlil va yopiq hamjamiyat	Takroriy daromad shakllanadi	Noyob va ishonchli kontent yaratish
Native kontent	Brend bilan hamkorlikdagi foydali mavzuli material	Hamkorlik tushumlari kengayadi	Shaffof belgilash va tahririyat mezonlari
Platformaviy monetizatsiya	YouTube, podcast va ijtimoiy platformalardan tushum	Kontent qamrovi pul oqimiga aylanadi	Platforma qoidalari riskini boshqarish
Kontent litsenziyalash	Arxiv, foto, video va tahliliy materiallardan qayta foydalanish	Nomoddiy aktivlardan qo'shimcha daromad olinadi	Mualliflik huquqi va sifatli kataloglash
Maxsus loyihalar	Forum, vebinar, ijtimoiy kampaniya va multimedia mahsulotlari	Brend obro'si va hamkorlar bazasi kengayadi	Loyiha rentabelligini oldindan baholash

Manba: muallif tomonidan media iqtisodiyoti va raqamli monetizatsiya yondashuvlari asosida tuzildi.

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinadiki, diversifikatsiyalashgan daromad modeli bir nechta daromad manbalarining o'zaro uyg'unlashuviga asoslanadi. Biroq mazkur manbalar o'z-o'zidan yuqori moliyaviy natijalarni ta'minlamaydi. Ularning samarali faoliyat ko'rsatishi uchun kontentni strategik rejalashtirish, auditoriyani muntazam tahlil qilish, reklama bo'limi va tahririyat faoliyati o'rtasida muvozanatni saqlash, shuningdek, texnologik infratuzilmani rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Diversifikatsiyaning asosiy iqtisodiy afzalligi moliyaviy risklarni kamaytirish imkoniyatida namoyon bo'ladi. Agar media korxonasi faqat reklama daromadlariga tayanadigan bo'lsa, bozor sikllari, platformalar algoritmlaridagi o'zgarishlar yoki reklama byudjetlarining qisqarishi uning moliyaviy barqarorligiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Daromadlar tarkibi reklama, obuna, maxsus loyihalar va kontentni litsenziyalash kabi manbalar o'rtasida muvozanatli taqsimlangan taqdirda esa pul oqimlarining barqarorligi ta'minlanadi hamda korxonaning bozor o'zgarishlariga moslashuvchanligi ortadi (1-rasm).

Daromad manbalarini diversifikatsiya qilishning iqtisodiy modeli



Modelda auditoriya, kontent va monetizatsiya kanallari yagona iqtisodiy aylanish sifatida qaraladi.

1-rasm. OAV korxonalarida daromad manbalarini diversifikatsiya qilishning mantiqiy modeli

Manba: Muallif tomonidan ishlab chiqildi.

Rasmda keltirilgan modelga ko'ra, daromad manbalarini diversifikatsiya qilish jarayoni auditoriya ma'lumotlarini tahlil qilishdan boshlanadi. Auditoriyaning ehtiyojlari va xatti-harakatlari asosida kontent portfeli shakllantiriladi, so'ngra u turli monetizatsiya kanallari orqali iqtisodiy qiymatga aylantiriladi. Shakllangan pul oqimlarining ma'lum qismi esa texnologiyalarni rivojlantirish, kadrlar salohiyatini oshirish hamda yangi kontent yaratishga qayta investitsiya qilinadi.

Shu bilan birga, diversifikatsiya jarayoni haddan tashqari tarqoq shaklda amalga oshirilmasligi lozim. Har

bir yangi daromad yo'nalishi alohida kompetensiyalar, texnik infratuzilma va boshqaruv nazoratini talab etadi. Shu sababli OAV korxonalarini yangi monetizatsiya kanallarini iqtisodiy hisob-kitoblar, auditoriya ehtiyojlari va tahririyat imkoniyatlari bilan uyg'unlashtirgan holda tanlashi maqsadga muvofiqdir.

Raqamli daromad modellarini shakllantirishda OAV korxonalarini, avvalo, auditoriya qiymatini muhim iqtisodiy resurs sifatida baholashi zarur. Auditoriya sonining ko'pligi muhim omil hisoblansa-da, raqamli media bozorida uning sifati, faolligi, qayta murojaat qilish chastotasi hamda kontentga bo'lgan ishonchi yanada katta ahamiyat kasb etadi. Shu bois media korxonalarini uchun reklama maydonlarini ko'paytirishdan ko'ra, auditoriya segmentlari asosida aniq tijorat takliflarini ishlab chiqish samaraliroq hisoblanadi.

Amaliy jihatdan daromad manbalarini diversifikatsiya qilish jarayoni uch bosqichda amalga oshirilishi mumkin. Birinchi bosqichda mavjud kontent aktivlari tizimlashtiriladi, ya'ni yangiliklar, tahliliy materiallar, videoarxivlar, mualliflik dasturlari hamda ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalar alohida iqtisodiy resurs sifatida baholanadi. Ikkinchi bosqichda ushbu aktivlar turli monetizatsiya kanallariga moslashtiriladi. Uchinchi bosqichda esa daromadlar portfeli muntazam monitoring qilinib, yetarli iqtisodiy samara bermaydigan yoki auditoriya ishonchiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan yo'nalishlar qayta ko'rib chiqiladi.

OAV korxonasi uchun eng barqaror model bitta asosiy daromad manbasiga tayanish emas, balki o'zaro bir-birini to'ldiruvchi moliyaviy kanallar tizimini shakllantirishdan iborat. Masalan, tezkor yangiliklar auditoriya qamrovini kengaytirsa, tahliliy kontent obuna va a'zolik modellarini rivojlantirishga xizmat qiladi. Video va qisqa formatdagi materiallar platformaviy monetizatsiyani kuchaytiradi, maxsus media loyihalar esa reklama beruvchilar bilan uzoq muddatli hamkorlik aloqalarini shakllantirish imkonini beradi.

Bunda tahririyat va tijorat bo'linmalari o'rtasidagi muvozanat alohida ahamiyat kasb etadi. Daromadlarni oshirishga qaratilgan faoliyat kontent sifatining pasayishiga olib kelmasligi, reklama materiallari esa auditoriyani chalg'itmasligi lozim. Aks holda, qisqa muddatli moliyaviy natijalar uzoq muddatli auditoriya ishonchining yo'qolishi evaziga shakllanishi mumkin. Shu sababli diversifikatsiya jarayoni iqtisodiy samaradorlik bilan bir qatorda reputatsion barqarorlik mezonlari asosida ham baholanishi zarur (2-jadval).

2-jadval

OAV korxonalarida daromad manbalarini diversifikatsiya qilish ustuvorliklarini baholash mezonlari

Baholash mezonlari	Mazmuni	Iqtisodiy natija
Auditoriya qiymati	Foydalanuvchi faolligi, qaytib kelish darajasi, obuna salohiyati va ishonch ko'rsatkichlari	Reklama va obuna takliflari aniqroq shakllanadi
Daromad portfeli muvozanati	Reklama, obuna, native kontent, litsenziyalash va maxsus loyihalar o'rtasidagi nisbat	Bitta manbaga qaramlik kamayadi
Xarajatlar qaytimi	Raqamli infratuzilma, marketing va kontent ishlab chiqarish xarajatlarning tushum bilan bog'liqligi	Investitsion qarorlar asosli bo'ladi
Reputatsion xavfsizlik	Tijorat materiallari va tahririyat mustaqilligi o'rtasidagi chegaraning saqlanishi	Auditoriya ishonchi uzoq muddatli aktivga aylanadi
Platformaviy mustaqillik	Daromadlarning faqat bitta ijtimoiy tarmoq yoki agregatorga bog'lanib qolmasligi	Algoritmik o'zgarishlar riskini kamaytiradi

Manba: Muallif tomonidan media iqtisodiyoti, raqamli monetizatsiya va moliyaviy barqarorlik yondashuvlari asosida tuzildi.

2-jadvalda keltirilgan mezonlar diversifikatsiya jarayonini faqat daromad hajmi asosida emas, balki uning sifati, barqarorligi va risk darajasi bilan birgalikda baholash zarurligini ko'rsatadi. Masalan, yuqori tushum keltiradigan reklama shartnomasi tahririyat mustaqilligiga salbiy ta'sir ko'rsatsa, bunday daromad strategik nuqtayi nazardan ma'lum xavflarni yuzaga keltirishi mumkin. Aksincha, hajmi nisbatan kichik bo'lgan obuna tushumlari auditoriya sodiqligini mustahkamlagan sababli uzoq muddatli moliyaviy barqarorlikka ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Raqamli media bozorida iqtisodiy ustuvorliklarni belgilashda platformaviy mustaqillik ham muhim o'rin tutadi. Ijtimoiy tarmoqlar va global videoplatformalar auditoriyaga tezkor chiqish imkonini bersa-da, ularning algoritmlari, reklama siyosati yoki monetizatsiya qoidalaridagi o'zgarishlar OAV korxonalarining daromadlariga bevosita ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu bois media korxonalarini o'zining rasmiy veb-sayti, mobil ilovasi, elektron pochta bazasi hamda bevosita obuna kanallarini rivojlantirish orqali mustaqil auditoriya infratuzilmasini shakllantirishi maqsadga muvofiqdir.

Yana bir ustuvor yo'nalish kontentni iqtisodiy aktiv sifatida boshqarish hisoblanadi. Har bir yangilik, intervyu, tahliliy maqola, ko'rsatuv yoki podkast bir martalik mahsulot sifatida qolib ketmasligi lozim. Uni qisqa videolar, grafik materiallar, audio formatlar, ijtimoiy tarmoq postlari yoki tematik to'plamlar ko'rinishida qayta ishlab chiqish media korxonalariga bitta kontent mahsulotidan bir necha marotaba iqtisodiy samara olish



imkonini beradi. Mazkur yondashuv xarajatlar samaradorligini oshiradi hamda yaratilgan materialning hayotiy siklini uzaytiradi.

Diversifikatsiya strategiyasi kichik va o'rtta OAV korxonalarini uchun ham samarali qo'llanilishi mumkin. Biroq bunda daromad yo'nalishlari sonini keskin ko'paytirish emas, balki mavjud resurslar va auditoriya ehtiyojlariga mos ustuvor kanallarni tanlash muhim ahamiyatga ega. Masalan, mahalliy media subyekti uchun yirik obuna platformasini yaratishdan ko'ra, hududiy reklama beruvchilar bilan maxsus loyihalarni amalga oshirish, ijtimoiy tarmoqlarda maqsadli reklama paketlarini taklif etish hamda hamkorlikdagi kontent xizmatlarini rivojlantirish samaraliroq bo'lishi mumkin.

Umuman olganda, daromad manbalarini diversifikatsiya qilish OAV korxonalarining moliyaviy boshqaruv tizimida alohida strategik yo'nalish sifatida qaralishi lozim. Ushbu jarayon kontent strategiyasi, auditoriya tahlili, reklama siyosati, texnologik investitsiyalar va reputatsion boshqaruv bilan uzviy bog'liqdir. Faqat shunday yondashuv asosidagina diversifikatsiya tasodifiy tijorat tashabbuslari yig'indisi emas, balki media korxonasi uchun uzoq muddatli iqtisodiy barqarorligini ta'minlovchi tizimli mexanizmga aylanishi mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Raqamli media bozori sharoitida OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligi daromad manbalarini oqilona diversifikatsiya qilish bilan bevosita bog'liqdir. Raqamli reklama, obuna va a'zolik modellari, native kontent, platformaviy monetizatsiya, kontentni litsenziyalash hamda maxsus media loyihalari OAV korxonalarini uchun muhim iqtisodiy imkoniyatlarni yaratadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, diversifikatsiya faqat daromad manbalarini ko'paytirish vositasi emas, balki auditoriya ishonchi, kontent sifati, texnologik infratuzilma va boshqaruv qarorlarini o'zaro uyg'unlashtiruvchi kompleks iqtisodiy jarayon hisoblanadi. Bunda tahririyat mustaqilligi va iqtisodiy manfaatlar o'rtasidagi muvozanatni saqlash alohida ahamiyat kasb etadi.

OAV korxonalarini uchun ustuvor yo'nalish sifatida auditoriya ma'lumotlarini tizimli tahlil qilish, obuna va a'zolik modellarini bosqichma-bosqich rivojlantirish, kontent aktivlarini tijoratlantirish, reklama paketlarini segmentlashtirish, maxsus media loyihalarini rentabellik mezonlari asosida boshqarish hamda olingan daromadlarni raqamli infratuzilmani rivojlantirishga qayta investitsiya qilish tavsiya etiladi.

Shunday qilib, daromad manbalarini diversifikatsiya qilish OAV korxonalarining bozor o'zgarishlariga moslashuvchanligini oshirish, moliyaviy risklarni kamaytirish va uzoq muddatli iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.10.2020-yildagi "Raqamli O'zbekiston–2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risidagi PF-6079-sonli Farmoni, <https://lex.uz/ru/docs/-5030957>
2. O'zbekiston Respublikasi 15.01.2007-yildagi "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqidagi O'RQ-78-sonli qonuni, <https://lex.uz/docs/-1106870>
3. OECD. *How's Life in the Digital Age? Opportunities and Risks of the Digital Transformation for People's Well-being*. – Paris: OECD Publishing, 2019.
4. UNESCO. *Media Viability: International Programme for the Development of Communication*. – Paris: UNESCO.
5. Reuters Institute for the Study of Journalism. *Digital News Report 2025*. – Oxford: University of Oxford, 2025.
6. Picard, R. G. *Media Economics: Concepts and Issues*. – London: Sage Publications, 2018.
7. Albarran, A. B. *Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts*. – Ames: Iowa State University Press, 2017.
8. Jenkins, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. – New York: New York University Press, 2006.

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Abdurahmon Qurbonov

2026. № 6

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelmasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100