



MEDIA TIZIMDA INVESTITSIYALARNI JALB ETISH VA BOSHQARISH YO'LLARI.

Murodova Zarnigor Raxim qizi

O'zbekiston jurnalistika va

ommaviy kommunikatsiyalar universiteti

2 kurs magistranti

G-mail: zmuradova2417@gmail.com

Annotatsiya: *Maqolada media tizimda investitsiya siyosati, me'yoriy hujjatlar va ularni boshqarish yo'llari, oav larida yangi ijtimoiy kontentlarning o'rni, investitsiya daromadlarini xisoblash, pandemiya davridagi media marketing muammolari ko'rib chiqilgan.*

Kalit so'zlar: *investitsiya siyosati, media tizim, innovatsion media tizim, ijtimoiy media, investitsiya daromadi (ROI), investitsiyani boshqarish*

Hozirgi kunda mamlakatimiz iqtisodiyotiga chet el investitsiyalarini jalb etish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, ularni huquqiy himoya qilishning amaliy mexanizmlarini joriy etish va investitsion muhitni yanada yaxshilash iqtisodiy rivojlanish sohasidagi eng muhim vazifalardan biri hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasi investitsiya siyosati xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun yanada qulay shart-sharoitlarni ta'minlash, xorijiy investitsiyalarni ishonchli huquqiy himoya qilishning amaliy mexanizmini barpo etish, mana shu asosda mamlakatdagi investitsiya muhitini yanada yaxshilashda MDH mamlakatlari orasida yetakchi hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi investitsiya siyosatida quyidagi muhim me'yoriy hujjatlar misol bo'la oladi:

«Chet ellik investorlar huquqlarining kafolatlari va ularni himoya qilish choralari to'g'risida» O'zbekiston Respublikasining Qonuni

«Erkin iqtisodiy zonalar to'g'risida» O'zbekiston Respublikasining Qonuni

Xorijiy investorlar va xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar tomonidan o'z ishlab chiqarish ehtiyojlari uchun olib kelinayotgan mol-mulkni aniqlash tartibi to'g'risida Nizom [1].

2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasini "Faol investitsiyalar va ijtimoiy rivojlanish yili" da amalga oshirishga oid davlat dasturi to'g'risidagi Prezident Sh.Mirziyoev farmonida **iqtisodiyotni rivojlantirish va investitsiyalarni faol jalb etish sohasida** — makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, sog'lom raqobat uchun zarur sharoitlarni yaratish, ishbilarmonlik va investitsiya muhitini tubdan yaxshilash, iqtisodiyotda davlat ishtirokini jiddiy ravishda kamaytirish, yuqori iqtisodiy o'sish sur'atlarini saqlab qolish, "xufyona" iqtisodiyotga qarshi kurashish va uning ulushini





keskin qisqartirish, valyuta siyosatini erkinlashtirishni davom ettirish kabi masalarga yechim topilishi ko'zda tutilmoqda[2]. Bozor islohotlarini chuqurlashtirish, xususiy sektorni rivojlantirish va iqtisodiyot tarkibini modernizatsiyalashga qaratilgan hukumat siyosati, shuningdek, **O'zbekiston Respublikasining 2021–2023 yillarga mo'ljallangan investitsiya dasturini amalga oshirish chora-tadbirlari tasdiqlandi**, 928,7 trln so'm miqdoridagi markazlashgan va markazlashmagan investitsiyalar, jumladan 37,5 mlrd AQSh dollari miqdoridagi xorijiy investitsiyalar o'zlashtirilishini nazarda tutuvchi 2021–2023 yillarda kapital qo'yilmalarni o'zlashtirishning yig'ma prognoz parametrlari, shuningdek 2021–2023 yillarda investitsiyalar va kreditlarni o'zlashtirish hamda jalb qilishning prognoz parametrlari, 226 ta yangi ishlab chiqarish quvvati va 34 mingdan ziyod ish o'rni yaratilishini nazarda tutuvchi 2021 yilda yirik ishlab chiqarish ob'yektlari va quvvatlarini ishga tushirish bo'yicha manzilli dastur ko'zda tutilmoqda.



Xozirgi kunda iqtisodiyotda OAV aloxida o'ringa egadir. Internet, ijtimoiy media, mobil ilovalar va boshqa raqamli aloqa texnologiyalari butun dunyodagi milliardlab odamlarning kundalik hayotining bir qismiga aylandi. 2020 yil yanvar oyidagi so'nggi statistik ma'lumotlarga ko'ra, 4,54 milliard odam faol internet foydalanuvchisi bo'lib, bu dunyo aholisining 59 foizini tashkil qiladi. Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish butun dunyo bo'ylab ko'plab odamlar hayotining ajralmas elementiga aylandi. 2019-yilda dunyo bo'ylab 2,95 milliard kishi faol ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari bo'lgan. Bu 2023 yilga kelib deyarli 3,43 milliardga ko'payishi prognoz qilinmoqda.

O'zbekiston Respublikasida media tizimi iqtisodiyotning bir muhim bo'lagi desak adashmaymiz. Innovatsion media tizim deganda ayirboshlash natijasida, yangiliklarga bo'lgan ehtiyojni qondirish orqali foyda olishga yo'naltirilgan inson faoliyatini





tushunmoq lozim. Bu faoliyat yangiliklarga ehtiyojni aniqlashdan tortib, ularni yaratish, bozorga kirib borish, hayotiylik davri, amaliyotda qo'llash, xaridorlar ko'lamini sotib olishga qiziqishini orttirish, yangiliklarga bo'lgan talabni va ularni yaratilish istiqbollari aniqlash kabilargacha bo'lgan funksiyalarni o'z ichiga oladi. Innovatsiya so'zi ingliz tilidan olingan bo'lib "innovation" yangilik degan ma'noni bildiradi [4]. Media sotib olish - bu televidenie, gazeta, jurnal, blog yoki veb-sayt kabi media kompaniyasidan reklama sotib olish. Bu, shuningdek, narx va reklama joylashtirish bo'yicha muzokaralar olib borishni, shuningdek, reklama joylashtirish uchun eng yaxshi yangi joylarni o'rganishni o'z ichiga oladi. Ijtimoiy media ko'p sonli vositalardan iborat bo'lib, unda veb-asoslangan vositalar va platformalardan foydalanadigan odamlar o'rtasidagi o'zaro ta'sirlar, foydalanuvchi kiritishi va ma'lumot almashishga asoslangan onlayn virtual hamjamiyatlarni yaratadi. Ijtimoiy media kontentni almashishdan tortib hamkorlikka qadar hamma narsani o'z ichiga oladi va mikrobloglar, forumlar, xatcho'plar saytlari, ijtimoiy tarmoqlar va vikilar kabi platformalar ko'rinishida bo'lishi mumkin. Ijtimoiy medianing mashhur misollari orasida Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube va Reddit kabi veb-saytlar mavjud. Ijtimoiy media nafaqat shaxsiy maqsadlarda, balki biznes va tashkilotlarda tobora muhim rol o'ynamoqda, tadbirkorlar o'z bizneslarini sotish uchun tobora ko'proq ijtimoiy media platformalariga intilmoqda [5]. Ijtimoiy tarmoqlarga investitsiya kiritish "dabdaba emas, balki zarurat" bo'lib, u har qanday marketing rejasida qo'llanilishi kerak bo'lgan asosiy vositadir. Biroq, biznes egalari ijtimoiy tarmoqlarga investitsiya kiritishda turli qiyinchiliklarga duch kelishlari aniq, ular misol tariqasida investitsiya daromadini (ROI) aniqlash bo'yicha vaqt va bilim etishmasligiga duch kelishlari mumkin, bu investitsiyaning samaradorligi va moliyaviy natijalarini baholash va yakunda biznesning rentabelligini baholash uchun tan olingan o'lchovdir. Pandemiya investitsion hamjamiyat uchun muhim voqea bo'lib, bozordagi o'zgarishlarni tezlashtirdi. Bir kechada dunyo birinchi navbatda raqamli va ijtimoiy fikrga ega bo'lib, investorlarning umidlari va sanoatning ishlash uslubini qaytarib bo'lmaydigan darajada o'zgartirdi. Kelgusi uch yil ichida sanoat ostin-ustun bo'ladi, chunki ba'zi firmalar bozorning buzilishidan foydalanadi, boshqalari esa qoqiladi. Xo'sh bunday vaziyatda nima qilish kerak, investitsiyani qanday boshqarish va yo'naltirish kerak, xarajatlarimizni qanday qilib yaxshiroq taqsimlashimiz mumkin? Yana 10 million dollarni qayerga kiritishimiz kerak? Agar kerak bo'lsa, qayerda kesishimiz kerak? [6] Bu savollarga javob berish oson emas, chunki u bir nechta qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi. Bunday vaziyatda mijoz ma'lumotlari, ularning ommaviy axborot vositalari va kanallar bo'ylab integratsiyalashuvi va xarajat bazasini kesish media investitsiyalarini boshqarishni yaxshilash uchun ajoyib boshlang'ich nuqtadir. Bu yechimlar umumiy savollarga aniq javob berishlari mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar savdoni kuchaytiradi. Ijtimoiy tarmoqlarning savdoga bevosita ta'sirini o'lchash qiyinroq bo'lishi mumkin. Biroq, agar aniq belgilangan maqsadlar bo'lsa, muayyan kampaniyalarning natijalarini aniqlash juda oson. Misol uchun, Jimmy Choo tomonidan





muvaffaqiyatli kompaniya o'z krossovkalarini reklama qilish uchun Twitterdan foydalangan. Ular potensial mijozlarga mo'ljallangan geolokatsiyadan foydalanganlar va dizaynerlar poyabzali sotiladigan do'konlarni reklama qilishgan. Natijada esa ijobiy tvitlar va xabarlar soni 40 foizga, krossovkalar savdosi esa 33 foizga oshdi. Toblerone shokolad kompaniyasi Filippinda ehtiyotkorlik bilan maqsadli tadbir o'tkazdi va odamlarni "Milliy minnatdorchilik kuni" uchun konfet bilan baxam ko'rishga ko'ndirdi. Bu yarim million inson veb-saytga tashrif buyurishga olib keldi, shu bilan birga shokolad savdosi 132 foizga o'sdi. Sizning investitsiya daromadingiz haqida tasavvurga ega bo'lish uchun sarflangan vaqt miqdorini o'lchash va aniq ko'rsatkichlarni belgilash muhimdir. Ular konversiya stavkalari va tashlab ketilgan xarid qilish aravachalari soni kabi an'anaviy marketing ko'rsatkichlaridan farq qilishi mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar tez rivojlanmoqda va kompaniya uchun to'g'ri tarmoqlar, strategiya va investitsiya darajasini tanlash oson emas. Ammo savdoni oshirishdan tortib mijozlarni jalb qilishgacha, shubhasiz, bu ko'plab korxonalar uchun sarmoyaga arziydi [7]. Xulosa qilib aytishimiz mumkinki, media tizim shunchaki axborot maydoni emas, degan gumon bor. Baquvvat va tashabbuskor odamlar, bundan tashqari, analitik fikrlashni biladigan, Internetda nafaqat muloqot qilish va zavqlanish balki tarmoq bu odamlarga o'z salohiyatini ro'yobga chiqarish uchun ulkan imkoniyatlarni taqdim etadi. Natijada, ba'zilar juda jiddiy pul olishadi. Har qanday aqlli odam moliyaviy mustaqillikka erishishni, o'zi uchun ishlashni xohlaydi. Ideal holda, daromad bo'lishi kerak *passiv*, ya'ni ma'lum vaqtdan so'ng, odam maksimal foyda olish bilan birga, ish uchun minimal vaqt sarflaydi. Agar siz aqlli sarmoya kiritsangiz, bunga erishish mumkin.

Onlayn investitsiyalar yordamida siz quyidagilarni olishingiz mumkin:

- mehnat sarfini talab qilmaydigan barqaror daromad;
- kelajakka ishonch;
- o'z xohishingizga ko'ra sarflashingiz mumkin bo'lgan bo'sh vaqt.

Biroq shuni tushunib yetishimiz kerakki ko'zimizga ko'ringan birinchi loyihaga investitsiya kiritishimiz bu xato bo'lishi mumkin, bunda muxim shartlardan biri malakali investitsiyaviy yondashuv talab qilinadi. Har qanday investitsiya ma'lum xavflar bilan bog'liq va buning uchun siz ruhiy jihatdan tayyor bo'lishingiz kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. <https://lex.uz>
2. <https://mineconomy.uz>
3. <https://www.investopedia.com>
4. <https://en.wikipedia.org>
5. <https://www2.deloitte.com>





6. <https://www.business2community.com>
7. <https://51rk.ru/uz/>
8. <http://old.mitc.uz>
9. B.Mamatov, D.Xujamkulov, O.Nurbekov "Investitsiyalarni tashkil qilish va moliyalashtirish". Toshkent-2014

