TOSHKENT KIMYO-TEXNOLOGIYA INSTITUTI HUZURIDAGI DSc.03/2026.31.01.I.42.02 RAQAMLI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI ILMIY KENGASH

TOSHKENT XALQARO UNIVERSITETI

SHARIPOVA SHAHLO ISTAMOVNA

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI KORXONALARINING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI OSHIRISHDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH YO‘LLARI

08.00.07 – “Moliya, pul muomalasi va kredit”

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi AVTOREFERATI

Toshkent – 2026

UO‘K: 336:004:621.397(575.1)

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati mundarijasi

Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам

Contents of Dissertation Abstract of the Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences

Sharipova Shahlo Istamovna
Ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish yo‘llari.....3

Шарипова Шахло Истамовна
Пути использования современных технологий для повышения финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации.....27

Sharipova Shahlo Istamovna
Ways of using modern technologies to enhance the financial stability of mass media enterprises.....53

E’lon qilingan ishlar ro‘yxati
Список опубликованных работ
List of published works.....59

TOSHKENT KIMYO-TEXNOLOGIYA INSTITUTI HUZURIDAGI DSc.03/2026.31.01.I.42.02 RAQAMLI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI ILMIY KENGASH

TOSHKENT XALQARO UNIVERSITETI

SHARIPOVA SHAHLO ISTAMOVNA

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI KORXONALARINING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI OSHIRISHDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH YO‘LLARI

08.00.07 – “Moliya, pul muomalasi va kredit”

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi AVTOREFERATI

Toshkent – 2026

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O‘zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasida B2026.1.PhD/Iqt6720 raqami bilan ro‘yxatga olingan.

Dissertatsiya Toshkent xalqaro universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o‘zbek, rus, ingliz (rezyume)) Ilmiy kengashning veb-sahifasida (www.tkti.uz) va "ZiyoNet" axborot-ta'lim portalida (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:	**Xusanov Ulug‘bek Nishonovich** iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Rasmiy opponentlar:	**Kuziyev Ravshan Ramazanovich,** iqtisodiyot fanlari doktori, professor
	Kurbanova Maftuna Lazizovna, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Yetakchi tashkilot:	**Toshkent amaliy fanlar universiteti**

Dissertatsiya himoyasi Toshkent kimyo-texnologiya instituti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi DSc.03/2026.31.01.I.42.02 raqamli Ilmiy kengashning 2026-yil «16» 11 soat 11⁰⁰ dagi majlisida bo‘lib o‘tadi. Manzil: 100011, Toshkent shahri, Samarqand darvoza ko‘chasi 60-uy. Tel.: (99871) 244-79-34; e-mail: info@tkti.uz

Dissertatsiya bilan Toshkent kimyo-texnologiya instituti Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (462 raqami bilan ro‘yxatga olingan). Manzil: 100011, Toshkent shahri, A Navoiy ko‘chasi 32-uy. Tel.: (99871) 244-79-34; e-mail: info@tkti.uz

Dissertatsiya avtoreferati 2026-yil «11» 11 kuni tarqatildi.

(2026-yil «11» 11 dagi 30 sonli reyestr bayonnomasi)

D.N. Xusanov
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash raisi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

A.J. Xo‘jamurodov
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash ilmiy kotibi, iqtisodiyot bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Sh.A. Xusainov
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash huzuridagi ilmiy seminar raisi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon miqyosida raqamli infratuzilmaning kengayishi va axborot iste'molining onlayn muhitga ko'chishi ommaviy axborot vositalari korxonalarining iqtisodiy faoliyatini tubdan o'zgartirmoqda. 2025-yilda dunyoda internetdan foydalanuvchilar soni 6 milliard kishiga yetib, jahon aholisining 74 foizini tashkil etdi. Shu bilan birga, global ko'ngilochar va media industriyasi daromadlarining kelgusi yillarda o'sib borishi hamda reklama bozorida raqamli formatlar ulushining kengayishi prognoz qilinmoqda. Xususan, PwC baholariga ko'ra, global media va ko'ngilochar industriya daromadlari 2029-yilga kelib 3,5 trln AQSh dollariga yetishi kutilmoqda[1]. Bunday sharoitda OAV korxonalarining an'anaviy daromad manbalariga tayanib qolishi ularning bozor o'zgarishlariga moslashuvchanligini cheklashi mumkin. Shu bois raqamli platformalar orqali daromad manbalarini diversifikatsiya qilish, xarajatlarni optimallashtirish va auditoriya faolligini oshirish media korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishning muhim omiliga aylanmoqda. Bu esa raqamli monetizatsiya va moliyaviy boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish zaruratini kuchaytirmoqda.

Jahon media amaliyotida auditoriyaning an'anaviy televideniye va media tashkilotlarining o'z veb-saytlaridan uchinchi tomon platformalariga siljishi moliyaviy barqarorlikni oshirish masalasiga yangi talablarni qo'ymoqda. Reuters Institute Digital News Report 2026 tadqiqotiga ko'ra, 48 ta bozor kesimida respondentlarning 54 foizi onlayn yangiliklarni ijtimoiy media va video tarmoqlari orqali oladi, media tashkilotlarining o'z sayt va ilovalaridan foydalanish ulushi esa 51 foizni tashkil etadi; haftalik onlayn yangilik videosini iste'mol qiluvchilar ulushi 77 foizga yetgan. Bunday sharoitda reklama va auditoriya oqimlarining platformalarga bog'liqligi, raqamli infratuzilma va kontent xarajatlarining ortishi, monetizatsiya kanallarining tez o'zgarishi hamda texnologik eskirish xavfi media biznesining moliyaviy barqarorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. UNESCO ham mustaqil media faoliyatining iqtisodiy hayotiyligi va moliyaviy barqarorligini saqlashni zamonaviy media siyosatining muhim muammolaridan biri sifatida qayd etadi[2]. Shu bois ommaviy axborot vositalari korxonalarida an'anaviy moliyaviy ko'rsatkichlarni raqamli auditoriya, platforma faolligi, kontent rentabelligi, investitsiya qaytimi va daromadlar diversifikatsiyasi indikatorlari bilan uyg'unlashtirish dolzarb ilmiy-amaliy vazifaga aylanmoqda.

Yangi O'zbekiston sharoitida media makonining kengayishi va raqamli platformalardan foydalanish ko'lamining ortishi ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy boshqaruv tizimini zamonaviylashtirish uchun muhim iqtisodiy zamin yaratmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 26-iyundagi rasmiy murojaatida mamlakatda qariyb 2 ming 700 ta ommaviy axborot

[1] Xalqaro elektraloqa ittifoqi (ITU). Measuring Digital Development: Facts and Figures 2025. — Jeneva: ITU, 2025; PwC. Global Entertainment & Media Outlook 2025–2029. — London: PwC, 2025.

[2] Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2026: Overview and Key Findings. — Oxford, 2026. — URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026/dnr-executive-summary (murojaat sanasi: 16.10.2026); YuNESKO (UNESCO). Media Viability. — URL: https://www.unesco.org/en/international-programme-development-communication/media-viability.

vositasi faoliyat yuritayotgani va ularning 67 foizi nodavlat sektorga to‘g‘ri kelishi qayd etilgan[3]. Ushbu ma’lumotlar media sohasida xususiy sektorning salmoqli o‘rnini ifodalaydi, biroq OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligi oshganini o‘z-o‘zidan isbotlamaydi. Shuning uchun raqamli reklama, platformaviy monetizatsiya va brend hamkorligi orqali daromadlarni diversifikatsiyalash bilan birga, kontent ishlab chiqarish, raqamli infratuzilma, analitika hamda kiberxavfsizlik xarajatlarini iqtisodiy qaytim asosida boshqarish zarur. OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalarning ta’sirini daromad, xarajat, pul oqimi va investitsiya samaradorligi ko‘rsatkichlari orqali baholash alohida ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

Dissertatsiya tadqiqotining normativ-huquqiy asosini “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi Qonunning 2007-yil 15-yanvarda tasdiqlangan yangi tahriri, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 2-fevraldagi PF-5653-son Farmoni, 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasiga oid Farmoni, 2022-yil 27-iyundagi PQ-294-son qarori hamda 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son “O‘zbekiston — 2030” strategiyasiga oid Farmoni tashkil etadi[4]. Ushbu hujjatlar OAV faoliyati uchun huquqiy sharoitlarni, tarmoqni qo‘llab-quvvatlash va raqamli texnologiyalarni rivojlantirishning institutsional yo‘nalishlarini belgilaydi. Mazkur tadqiqot esa ular bilan bog‘liq umumiy vazifalarni takrorlashdan ko‘ra, OAV korxonalarida zamonaviy texnologiyalar yordamida daromadlarni diversifikatsiyalash, xarajatlarni maqbullashtirish, investitsiyalar qaytimini baholash va moliyaviy xavflarni boshqarish orqali moliyaviy barqarorlikni oshirish imkoniyatlarini ilmiy-amaliy jihatdan asoslashga qaratilgan.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. “Demokratik va huquqiy jamiyatni ma’naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirish masalasi zamonaviy iqtisodiyotning muhim ilmiy-amaliy yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, u korporativ moliya, moliyaviy tahlil, media iqtisodiyoti, raqamli transformatsiya va strategik boshqaruv bilan bevosita bog‘liqdir. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi sharoitida OAV korxonalarining daromad manbalarini diversifikatsiya qilish, moliyaviy resurslardan samarali foydalanish, xarajatlarni maqbullashtirish, investitsion xavflarni kamaytirish hamda zamonaviy texnologiyalar orqali moliyaviy

[3] O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga: murojaat, 26.06.2026 [Elektron resurs]. — Prezidentning rasmiy veb-sayti. — URL: https://www.president.uz/oz/lists/view/9357 (murojaat sanasi: 17.10.2026).

[4] Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi Qonun (O‘RQ-78-son, 15.01.2007); O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5653-son Farmoni (02.02.2019), PF-6079-son Farmoni (05.10.2020), PQ-294-son qarori (27.06.2022), PF-158-son Farmoni (11.09.2023) // O‘zbekiston Respublikasi Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. — URL: https://lex.uz/uz/acts/-1106870; https://lex.uz/docs/-4188795; https://lex.uz/uz/acts/-5030957; https://lex.uz/docs/-6083381; https://lex.uz/docs/-6600413 (murojaat sanasi: 17.10.2026).

barqarorlikni mustahkamlash masalalari xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlar tomonidan turli nazariy-uslubiy yondashuvlar asosida tadqiq etilgan.

Xorijiy olimlardan D. Tapscott, E. Brynjolfsson, A. McAfee, T. L. Mesenbourg, R. Bukht va R. Heeks tomonidan raqamli iqtisodiyotning shakllanishi, zamonaviy texnologiyalarning iqtisodiy jarayonlarga ta'siri hamda raqamli transformatsiyaning iqtisodiy samaradorlik bilan bog'liq jihatlari o'rganilgan. R. G. Picard, A. B. Albarran, H. L. Vogel, L. Küng, S. M. Chan-Olmsted va G. Doyle ilmiy tadqiqotlarida media iqtisodiyotining rivojlanishi, ommaviy axborot vositalari korxonalarining biznes-modellari, reklama bozori, auditoriya iqtisodiyoti, daromadlarni shakllantirish va diversifikatsiyalash, shuningdek, raqamli platformalar orqali kontentni monetizatsiya qilish masalalariga alohida e'tibor qaratilgan. E. I. Altman, A. Damodaran, E. F. Brigham, M. C. Ehrhardt, K. G. Palepu va P. M. Healy kabi olimlarning tadqiqotlarida esa korxonalarning moliyaviy holatini baholash, kapital tarkibini boshqarish, rentabellik, pul oqimlari, moliyaviy xavflar va investitsion qarorlarning iqtisodiy asoslarini takomillashtirish masalalari yoritilgan[5]. Mazkur ilmiy izlanishlar OAV korxonalarida moliyaviy barqarorlikni zamonaviy texnologiyalar bilan o'zaro bog'liq holda tadqiq etish uchun muhim nazariy-uslubiy asos bo'lib xizmat qiladi.

Rossiya va MDH mamlakatlari olimlaridan E. L. Vartanova, A. A. Gladkova, A. V. Vyrkovskiy, M. I. Makeenko, S. S. Smirnov, N. A. Kontsevaya, P. N. Teslya, A. N. Fomina, A. D. Kiselev, L. V. Silakova, R. Yu. Novikov va E. P. Zograbyan tomonidan media bozorining raqamli transformatsiyasi, platformalashuv jarayonlari, auditoriya xulq-atvorining o'zgarishi, pullik obuna va raqamli monetizatsiya modellari, shuningdek, media tashkilotlarining raqamli yetukligi va institutsional moslashuvchanligi masalalari tadqiq etilgan. Ushbu izlanishlarda raqamli media muhitida daromad oqimlarining qayta taqsimlanishi, an'anaviy reklama manbalariga bog'liqlikni kamaytirish, kontent ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va zamonaviy texnologiyalar asosida media korxonalarining biznes-modellarini takomillashtirish yo'nalishlari yoritilgan[6]. Mazkur tadqiqotlar OAV korxonalarining raqamli transformatsiyasi bilan iqtisodiy faoliyat natijalari o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganishda muhim ilmiy ahamiyatga ega.

---

[5] Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. — New York: McGraw-Hill, 1996; Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age. — New York: W. W. Norton & Company, 2014; Mesenbourg T. L. Measuring the Digital Economy. — Washington, DC: U.S. Census Bureau, 2001; Bukht R., Heeks R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. — Manchester: Development Informatics, Working Paper No. 68, 2017; Picard R. G. The Economics and Financing of Media Companies. — New York: Fordham University Press, 2011; Albarran A. B. Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts. — Ames: Iowa State University Press, 2010; Küng L. Strategic Management in the Media. — London: SAGE Publications, 2017; Vogel H. L. Entertainment Industry Economics. — Cambridge: Cambridge University Press, 2015.

[6] Vartanova E. L., Gladkova A. A. Digital capital within the context of the intangible capitals concept // Mediascope. — 2020. — № 1; Vartanova E. L., Vyrkovskiy A. V., Makeenko M. I., Smirnov S. S. Industriya rossiyskikh media: tsifrovoye budushcheye. — Moskva: MediaMir, 2017; Kontsevaya N. A. Perspektivy platnoy mediapodpisky s tochki zreniya molodezhnoy auditorii // Informatsionnoye obshchestvo. — 2024. — № 1; Teslya P. N. Tsifrovaya transformatsiya mediarynka i ee posledstviya // EKO. — 2020. — № 2; Fomina A. N. Transformatsiya televizionnoy industrii v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki. — Moskva, 2016; Kiselev A. D., Silakova L. V. Otsenka tsifrovoy zrelosti mediakompaniy kak osnova razrabotki strategii tsifrovoy transformatsii // Mediascope. — 2021. — № 3; Novikov R. Yu., Zograbyan E. P. Tsifrovaya transformatsiya mediakompaniy: vyzovy i vozmozhnosti // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. — 2019. — № 4.

O‘zbekistonlik iqtisodchi olimlardan T. S. Malikov, E. A. Akramov, M. Q. Pardayev, B. I. Isroilov, Q. N. Xusanov, U. N. Xusanov, B. A. Begalov, M. K. Abdullayev, G‘. M. Porsaev, B. Sh. Safarov va D. Q. Usmanova kabi tadqiqotchilarning ilmiy ishlarida korxonalar moliyaviy barqarorligining nazariy-iqtisodiy asoslari, moliyaviy resurslarni shakllantirish va boshqarish, kapital tarkibi, likvidlik, rentabellik, to‘lovga layoqatlilik hamda raqamli iqtisodiyot sharoitida boshqaruv samaradorligini oshirish masalalari o‘rganilgan. Ushbu ilmiy izlanishlarda korxonalarning moliyaviy holatini baholash, o‘z va jalb qilingan mablag‘lar o‘rtasidagi maqbul nisbatni ta’minlash, moliyaviy xavflarni kamaytirish va resurslardan samarali foydalanishning nazariy-uslubiy jihatlariga alohida e’tibor qaratilgan. Shuningdek, raqamli texnologiyalardan foydalanish orqali iqtisodiy jarayonlarni takomillashtirish, axborot tizimlarining boshqaruv samaradorligiga ta’siri va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish masalalari ham tadqiq etilgan[7]. Mazkur ilmiy ishlar O‘zbekiston sharoitida OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirish mexanizmlarini ishlab chiqish uchun muhim ilmiy asos hisoblanadi.

Shu bilan birga, mavjud ilmiy tadqiqotlar tahlili ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish masalalarini yanada kompleks o‘rganish zarurligini ko‘rsatadi. Xususan, an’anaviy moliyaviy koeffitsiyentlarni raqamli auditoriya ko‘rsatkichlari bilan uyg‘unlashtirish, raqamli daromad manbalarini diversifikatsiyalash, raqamli infratuzilmaga yo‘naltirilgan investitsiyalarning daromadliligi va xavflarini o‘zaro bog‘liq holda baholash hamda raqamli transformatsiyaning institutsional-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish masalalari O‘zbekiston media korxonalari faoliyati misolida qo‘shimcha ilmiy-uslubiy tadqiqotlarni talab qiladi. Shundan kelib chiqib, mazkur dissertatsiya tadqiqotida ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda an’anaviy moliyaviy va raqamli indikatorlarga asoslangan kompleks baholash metodikasini takomillashtirish, daromadlarni diversifikatsiyalashning raqamli modelini ishlab chiqish, investitsion xavflarni boshqarish mexanizmini takomillashtirish hamda moliyaviy barqarorlikni mustahkamlovchi institutsional-huquqiy va iqtisodiy mexanizmlarni ilmiy asoslash ustuvor tadqiqot yo‘nalishlari sifatida belgilangan.

Dissertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilgan oliy ta’lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog‘liqligi. Mazkur dissertatsiya Toshkent xalqaro universitetida 2025/2026-yillarda ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog‘liq holda olib borildi.

Tadqiqotning maqsadi ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalardan samarali foydalanishga doir ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

[7] Malikov T. S. Moliya: xo‘jalik yurituvchi subyektlar moliyasi. — Toshkent: IQTISOD-MOLIYA, 2009; Akramov E. A. Korxonalarning moliyaviy holati tahlili. — Toshkent: Moliya, 2003; Pardayev M. Q., Isroilov B. I. Moliyaviy tahlil. — Toshkent: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 1999; Xusanov Q. N. Korxonalarning moliyaviy barqarorligini ta’minlashning nazariy asoslari // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. — 2024. — 2(9). — B. 561–566; Begalov B. A., Abdullayev M. K. Raqamli iqtisodiyot. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2023; Porsaev G‘. M., Safarov B. Sh., Usmanova D. Q. Raqamli iqtisodiyot asoslari. — 2020.

Tadqiqotning vazifalari:

ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligi iqtisodiy mazmunini aniqlashtirish hamda raqamli iqtisodiyot sharoitidagi nazariy asoslarini tadqiq etish;

OAV korxonalarining tarmoq xususiyatlarini hisobga olgan holda moliyaviy barqarorlikni baholashga oid ilmiy yondashuvlar, mezonlar va ko‘rsatkichlar tizimini tahlil qilish;

raqamli transformatsiyaning OAV korxonalari daromadlari, xarajatlari, pul oqimlari va moliyaviy boshqaruv samaradorligiga ta’sirini baholash;

OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligiga ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillarni aniqlash hamda raqamli texnologiyalar bilan bog‘liq moliyaviy xavflarni tasniflash;

O‘zbekistonda OAV korxonalari faoliyatining normativ-huquqiy va institutsional asoslarini hamda ularning moliyaviy barqarorlikka ta’sirini tahlil qilish;

xorijiy tajriba asosida OAV korxonalarida daromadlarni diversifikatsiyalash, raqamli reklama, pullik obuna, kontentni monetizatsiya qilish va platformaviy biznes-modellardan foydalanish imkoniyatlarini asoslash.

Tadqiqotning obyekti sifatida O‘zbekiston Respublikasida faoliyat yuritayotgan ommaviy axborot vositalari korxonalarining zamonaviy texnologiyalardan foydalanish orqali moliyaviy barqarorligini oshirish bilan bog‘liq faoliyati olingan.

Tadqiqotning predmeti ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish jarayonida yuzaga keladigan iqtisodiy munosabatlar hisoblanadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqot jarayonida tizimli va qiyosiy tahlil, ilmiy umumlashtirish, iqtisodiy-statistik tahlil, moliyaviy koeffitsiyentlar tahlili, gorizontal va vertikal tahlil, dinamik va trend tahlili, DuPont omilli tahlili, investitsiyalar rentabelligini (ROI) va qoplanish muddatini baholash, iqtisodiy modellashtirish hamda prognozlash usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

“Yoshlar” telekanali misolida OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini an’anaviy moliyaviy koeffitsiyentlar va raqamli auditoriya ko‘rsatkichlarini o‘zaro bog‘liq holda baholashga asoslangan kompleks metodika takomillashtirilgan;

yoshlar auditoriyasining raqamli media iste’moli xususiyatlarini hisobga olgan holda platformaviy monetizatsiya, targetli reklama, brend hamkorligi, onlayn loyihalar va grantlarni uyg‘unlashtiruvchi raqamli daromadlarni diversifikatsiyalash modeli ishlab chiqilgan;

raqamli infratuzilmaga yo‘naltiriladigan investitsiyalarni “daromadlilik–xavf–qoplanish muddati” mezonlari asosida baholash va moliyaviy risklarni boshqarish mexanizmi ishlab chiqilgan;

yoshlarga yo‘naltirilgan OAV korxonalarining raqamli transformatsiya sharoitida moliyaviy barqarorligini ta’minlashga qaratilgan institutsional-huquqiy va tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar majmui ilmiy jihatdan asoslangan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

moliyaviy barqarorlik koeffitsiyentlari, raqamli auditoriya faolligi, daromadlar va kontent rentabelligini birgalikda kuzatish hamda moliyaviy xavflarni o‘z vaqtida aniqlashga xizmat qiluvchi monitoring va diagnostika ko‘rsatkichlari tizimi shakllantirilgan;

an’anaviy reklama daromadlariga bog‘liqlikni kamaytirish, raqamli platformalar, brend hamkorligi, onlayn loyihalar va grantlar hisobiga qo‘shimcha moliyaviy manbalarni shakllantirish hamda daromadlar portfelini boshqarish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan;

raqamli infratuzilmaga yo‘naltiriladigan investitsiya loyihalarini rentabellik, xavf darajasi va qoplanish muddati asosida saralash, ustuvorlashtirish hamda moliyaviy resurslarni samarali taqsimlashga xizmat qiluvchi baholash tartibi ishlab chiqilgan;

zamonaviy texnologiyalar asosidagi media loyihalarini moliyalashtirish, xususiy investitsiyalar va grantlarni jalb etish, iqtisodiy rag‘batlantirish hamda davlat-xususiy sheriklik imkoniyatlaridan foydalanish bo‘yicha amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi. Dissertatsiyada qo‘llanilgan tizimli va qiyosiy tahlil, iqtisodiy-statistik tahlil, moliyaviy koeffitsiyentlar, gorizontal va vertikal tahlil, DuPont omilli tahlili, iqtisodiy modellashtirish va prognozlash usullarining tadqiqot maqsadiga muvofiqligi, O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, tegishli davlat organlari va xalqaro tashkilotlarning rasmiy ma’lumotlari, ommaviy axborot vositalari korxonalariga oid moliyaviy ko‘rsatkichlar hamda sohaga oid normativ-huquqiy hujjatlardan foydalanilganligi, shuningdek, ishlab chiqilgan ilmiy-amaliy takliflarning “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ va “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ faoliyati bilan bog‘liq holda ko‘rib chiqilganligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishga doir nazariy-uslubiy yondashuvlarning takomillashtirilgani, moliyaviy va raqamli ko‘rsatkichlar asosida kompleks baholash mezonlari ishlab chiqilgani hamda zamonaviy texnologiyalardan foydalanishning iqtisodiy samaradorligini aniqlashga oid ilmiy qarashlarning rivojlantirilgani bilan izohlanadi. Shuningdek, tadqiqotda daromadlarni diversifikatsiyalash, investitsion xavflarni boshqarish va moliyaviy resurslardan samarali foydalanish mexanizmlari o‘zaro bog‘liqlikda o‘rganilgan bo‘lib, olingan natijalar OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishga qaratilgan keyingi ilmiy tadqiqotlar uchun nazariy-uslubiy asos bo‘lib xizmat qilishi mumkin.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalardan ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy holatini baholash, daromad manbalarini diversifikatsiyalash, xarajatlarni maqbullashtirish hamda raqamli investitsiyalar samaradorligini oshirishda foydalanish imkoniyati bilan belgilanadi. Xususan, taklif etilgan kompleks baholash metodikasi, raqamli daromadlar modeli va investitsion xavflarni boshqarish mexanizmlaridan “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ va shu turdagi media korxonalari moliyaviy boshqaruvini takomillashtirishda, shuningdek, RRTM MChJ faoliyatining o‘ziga xos

xususiyatlarini hisobga olgan holda raqamli infratuzilma investitsiyalarini baholashda foydalanish mumkin. Bundan tashqari, tadqiqot natijalaridan oliy ta’lim muassasalarida “Moliya”, “Korporativ moliya”, “Moliyaviy tahlil” va “Raqamli iqtisodiyot” fanlarini o‘qitishda hamda ularning o‘quv-uslubiy ta’minotini takomillashtirishda foydalanish mumkin.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish bo‘yicha olingan ilmiy natijalar asosida:

“Yoshlar” telekanali misolida OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini an’anaviy moliyaviy koeffitsiyentlar va raqamli auditoriya ko‘rsatkichlarini o‘zaro bog‘liq holda baholashga asoslangan kompleks metodikani takomillashtirish bo‘yicha taklif “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ning moliyaviy holatni baholash, raqamli auditoriya ko‘rsatkichlarini tahlil qilish va kontent tarqatish samaradorligini monitoring qilish hamda “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ ning raqamli efir uzatish infratuzilmasi faoliyati va moliyaviy barqarorlik ko‘rsatkichlarini baholash amaliyotiga joriy etilgan (“Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ning 2026-yil 14-iyuldagi 14-01-155-sonli hamda “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ ning 2026 yil 20-iyuldagi 1-17/26-sonli ma’lumotnomasi). Mazkur taklifni amaliyotga tatbiq etish “Yoshlar” telekanalida moliyaviy barqarorlik koeffitsiyentini 15–20 foizga oshirish va kontent tarqatish xarajatlarini 20–25 foizga qisqartirish imkonini berishi asoslangan. RRTM MChJ da esa DVB-T2 raqamli efir uzatish tizimiga o‘tgan filiallarning moliyaviy barqarorlik koeffitsiyenti analog tizimdagi filiallarga nisbatan 15–20 foiz yuqori bo‘lgani hamda operatsion xarajatlar 20–25 foizga kamaygani qayd etilgan;

yoshlar auditoriyasining raqamli media iste’moli xususiyatlarini hisobga olgan holda platformaviy monetizatsiya, targetli reklama, brend hamkorligi, onlayn loyihalar va grantlarni uyg‘unlashtiruvchi raqamli daromadlarni diversifikatsiyalash modeli “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ning raqamli kontentni monetizatsiya qilish, reklama daromadlarini kengaytirish va qo‘shimcha moliyalashtirish manbalarini shakllantirish hamda “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ ning raqamli efir tarqatish, multipleks operatorlik xizmatlarini rivojlantirish va telekommunikatsiya infratuzilmasidan tijorat asosida foydalanish amaliyotiga joriy etilgan (“Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ning 2026-yil 14-iyuldagi 14-01-155-sonli hamda “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ ning 2026 yil 20-iyuldagi 1-17/26-sonli ma’lumotnomasi). Mazkur modelni amaliyotga tatbiq etish natijasida “Yoshlar” telekanalining an’anaviy efir reklamasidan olinadigan daromadlarga bog‘liqligini 25–30 foizga kamaytirish hamda raqamli platformalardan shakllanadigan daromadlar ulushini oshirish imkoniyati asoslangan. RRTM MChJ da esa budjetdan tashqari tijorat xizmatlaridan olinadigan daromadlar ulushini umumiy daromadlarning 30–35 foizigacha yetkazish imkoniyati ko‘rsatilgan;

raqamli infratuzilmaga yo‘naltiriladigan investitsiyalarni “daromadlilik–xavf–qoplanish muddati” mezonlari asosida baholash va moliyaviy risklarni boshqarish mexanizmi “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ning raqamli kontent ishlab chiqarish infratuzilmasini modernizatsiya qilish, investitsiya loyihalarini saralash va

moliyaviy xavflarni boshqarish hamda “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ ning raqamli efir uzatish uskunalariga yo‘naltiriladigan investitsiyalar samaradorligini baholash, texnologik eskirish va amortizatsiya bilan bog‘liq xavflarni hisobga olish amaliyotiga joriy etilgan (“Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ning 2026-yil 14-iyuldagi 14-01-155-sonli hamda “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ ning 2026 yil 20-iyuldagi 1-17/26-sonli ma’lumotnomasi). Ushbu mexanizmni amaliyotga tatbiq etish natijasida “Yoshlar” telekanalida raqamli kontent infratuzilmasiga yo‘naltirilgan investitsiyalarning o‘rtacha qoplanish muddatini 3–4 yildan 2 yilgacha, RRTM MChJ da esa raqamli efir uzatish uskunalariga yo‘naltiriladigan investitsiyalarning qoplanish muddatini 5–7 yildan 3–4 yilgacha qisqartirish mumkinligi hisob-kitoblar asosida ko‘rsatilgan;

yoshlarga yo‘naltirilgan OAV korxonalarining raqamli transformatsiya sharoitida moliyaviy barqarorligini ta’minlashga qaratilgan institutsional-huquqiy va tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar majmuini takomillashtirish bo‘yicha takliflar “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ning raqamli media loyihalarini moliyalashtirish, xususiy investitsiyalar va grant mablag‘larini jalb etish, iqtisodiy rag‘batlantirish hamda davlat-xususiy sheriklik imkoniyatlaridan foydalanish va “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ ning raqamli efir uzatish infratuzilmasini modernizatsiya qilish, investitsiyalarni rag‘batlantirish, amortizatsiya siyosatini takomillashtirish hamda davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish amaliyotiga joriy etilgan (“Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ning 2026-yil 14-iyuldagi 14-01-155-sonli hamda “Radioaloqa, radioeshittirish va televideniye markazi” MChJ ning 2026 yil 20-iyuldagi 1-17/26-sonli ma’lumotnomasi). Mazkur takliflarni amaliyotga tatbiq etish moliyalashtirish manbalarini kengaytirish, investitsiya resurslaridan samarali foydalanish, raqamli infratuzilmani rivojlantirish hamda har ikkala tashkilotning faoliyat xususiyatlarini hisobga olgan holda moliyaviy barqarorligini mustahkamlash imkonini berishi prognoz qilingan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Dissertatsiyaning ilmiy-amaliy natijalari 3 ta xalqaro va 2 ta respublika ilmiy-amaliy konferensiyalarda muhokamadan o‘tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e’lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo‘yicha jami 13 ta ilmiy ish, shu jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlarda 8 ta maqola, jumladan, 7 tasi respublika va 1 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan. Shuningdek, 5 ta tezisning 3 tasi xalqaro, 2 tasi respublika ilmiy-amaliy konferensiyalari materiallarida chop etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, uchta bob, boblar bo‘yicha xulosalar, umumiy xulosa va takliflar hamda foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxatidan iborat. Ishning umumiy hajmi 155 betni tashkil etdi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati asoslangan, tadqiqotning respublikada olib borilayotgan fan va texnologiyalar rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi, muammoning o‘rganilganlik darajasi, tadqiqotning maqsadi va vazifalari, obyekti va predmeti, uning ilmiy yangiliklari va amaliy natijalari izohlab berilgan, olingan natijalarning ilmiy-amaliy ahamiyati yoritilgan, tadqiqot natijalarining joriy qilinganligi, nashr qilingan ishlar va dissertatsiyaning tuzilishi hamda hajmi bo‘yicha ma’lumotlar berilgan.

Dissertatsiyaning **“Ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligi va zamonaviy texnologiyalardan foydalanishning nazariy asoslari”** deb nomlangan birinchi bobida zamonaviy texnologiyalarning OAV faoliyatiga iqtisodiy ta’siri, moliyaviy barqarorlikning mohiyati va baholash mezonlari, shuningdek, raqamli boshqaruv tamoyillari tadqiq etilgan. Media korxonalarida raqamlashtirish daromadlarni shakllantirish, kontent tarqatish va xarajatlarni boshqarish jarayonlarini o‘zgartirishi asoslangan.

Raqamli transformatsiya media korxonalarining moliyaviy barqarorligiga bir vaqtning o‘zida bir nechta kanallar orqali ta’sir ko‘rsatadi. Xususan, daromad manbalarining an’anaviy reklama modelidan raqamli monetizatsiya, platformaviy reklama, pullik kontent va boshqa raqamli xizmatlar tomon diversifikatsiyalanishi, bir tomondan, yangi moliyaviy imkoniyatlarni yuzaga keltirsa, ikkinchi tomondan, texnologik infratuzilma, kontent ishlab chiqarish va auditoriyani jalb etish bilan bog‘liq xarajatlarning ortishiga olib keladi. Shu sababli OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini baholashda nafaqat klassik moliyaviy ko‘rsatkichlar, balki raqamli daromadlar ulushi, auditoriya faolligi va platformalardan foydalanish samaradorligini ham hisobga olish zarurati kuchaymoqda.

Mazkur jarayonlarning iqtisodiy ko‘lamini baholash uchun jahon media industriyasidagi daromadlar dinamikasi va reklama bozorida raqamli formatlar ulushining o‘zgarishini qiyosiy tahlil qilish muhim ahamiyatga ega. Ushbu ko‘rsatkichlar media biznesining raqamli modelga o‘tish sur’atlarini, daromad tarkibidagi strukturaviy siljishlarni hamda raqamli monetizatsiyaning moliyaviy barqarorlikni ta’minlashdagi rolini ifodalaydi.

Jahon media bozorida raqamli transformatsiya jarayonlari iqtisodiy ko‘lam jihatidan ham tobora sezilarli tus olmoqda. PwC ma’lumotlariga ko‘ra, global entertainment va media industriyasi daromadlari 2024-yilda 2,9 trln AQSh dollarini tashkil etgan bo‘lsa, 2029-yilga kelib ushbu ko‘rsatkichning 3,5 trln AQSh dollariga yetishi prognoz qilinmoqda. Mazkur o‘sishda reklama bozori muhim drayverlardan biri sifatida namoyon bo‘lib, ayniqsa raqamli reklama formatlarining ulushi jadal kengaymoqda. Xususan, raqamli formatlar 2024-yilda jami reklama daromadlarining 72 foizini tashkil etgan bo‘lsa, 2029-yilda ularning ulushi 80 foizga yetishi kutilmoqda. Ushbu tendensiya media korxonalarida daromad shakllanishining an’anaviy modeldan platformaviy va raqamli monetizatsiya mexanizmlariga bosqichma-bosqich o‘tayotganini ko‘rsatadi. Natijada reklama daromadlarini diversifikatsiyalash, raqamli auditoriya bilan ishlash samaradorligini oshirish hamda kontentni turli platformalar orqali monetizatsiya qilish media

korxonalarining uzoq muddatli moliyaviy barqarorligini ta’minlovchi muhim omillardan biriga aylanmoqda.

1-jadval

Jahon media industriyasida raqamli transformatsiyaning ayrim iqtisodiy ko‘rsatkichlari[8]

Ko‘rsatkich	2024-yil	2029-yil prognozi	Moliyaviy mazmuni
Global E&M daromadi	2,9 trln AQSh doll.	3,5 trln AQSh doll.	Media biznesi iqtisodiy ko‘lamining kengayishi
Raqamli formatlarning reklama daromadlaridagi ulushi	72 %	80 %	Raqamli monetizatsiya ustuvorligining kuchayishi
Connected TV reklamasining an’anaviy broadcast TV reklamasiga nisbati	22 %	45 %	Televizion reklama qiymatining platformalar bo‘yicha qayta taqsimlanishi

Media daromadlarining raqamli segmentga siljishi OAV korxonalari uchun ikki muhim moliyaviy vazifani yuzaga keltiradi. Birinchidan, mavjud reklama inventarini faqat efir vaqti sifatida emas, balki platformalar kesimida o‘lchanadigan auditoriya mahsuloti sifatida boshqarish zarur. Ikkinchidan, raqamli kontent, analitika, SMM va platforma xizmatlariga yo‘naltirilayotgan xarajatlar ularning iqtisodiy qaytimi bilan bog‘liq holda nazorat qilinishi kerak.

Reuters Institute Digital News Report 2025 natijalariga ko‘ra, barcha bozorlar kesimida ijtimoiy video orqali yangilik iste’mol qilish ulushi 2020-yildagi 52 foizdan 2025-yilda 65 foizga, istalgan turdagi yangilik videosini iste’mol qilish esa 67 foizdan 75 foizga oshgan[9]. Mazkur tendensiya auditoriya qamrovi bilan birga platformaga qaramlik, trafik manbalari va raqamli reklama daromadlarining barqarorligini ham moliyaviy boshqaruv predmetiga aylantiradi.

Media iqtisodiyoti bo‘yicha ilmiy adabiyotlarda moliyaviy barqarorlik daromad manbalarining diversifikatsiyasi, xarajatlarni boshqarish, kontent qiymatini monetizatsiya qilish va auditoriya bilan barqaror iqtisodiy munosabatlarni shakllantirish bilan bog‘lanadi. R.G. Picard media korxonalarida moliyaviy resurslar va daromad modelini tarmoq xususiyatlari bilan uyg‘un tahlil qilish zarurligini, L. Küng esa strategik boshqaruvda raqamli platformalar va auditoriya xulqini biznes-model bilan bog‘lash muhimligini ta’kidlaydi. Mazkur yondashuvlar media korxonalarining moliyaviy barqarorligini faqat joriy daromad va xarajatlar nisbatida emas, balki o‘zgaruvchan raqamli muhitga moslashish qobiliyati bilan ham baholash zarurligini ko‘rsatadi. Shu jihatdan, kontentni turli platformalarda monetizatsiya

[8] PwC Global Entertainment & Media Outlook 2025–2029 ma’lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan.
[9] Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2025: Executive Summary. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2025.

qilish, auditoriya faolligini iqtisodiy qiymatga aylantirish va daromad portfelini muvozanatlash media korxonalarining uzoq muddatli barqaror rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi[10].

2-jadval

OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini baholashda an'anaviy va raqamli indikatorlarni integratsiyalash[11]

Moliyaviy mezon	An'anaviy ko'rsatkich	Raqamli/media indikator	Boshqaruv qarori
Likvidlik	Joriy va tezkor likvidlik	Raqamli kampaniya xarajatlari va monetizatsiya sikli	Qisqa muddatli to'lovlar va kontent budjetini muvofiqlashtirish
Moliyaviy mustaqillik	Xususiy kapital ulushi	Platforma daromadlariga qaramlik	Daromad portfelini diversifikatsiya qilish
Rentabellik	ROA, ROE, sotuv rentabelligi	Kontent rentabelligi, platforma bo'yicha daromad	Kontent va reklama formatlarini qayta taqsimlash
Pul oqimi	Operatsion va erkin pul oqimi	Raqamli monetizatsiya tushumlari dinamikasi	Likvidlik zaxirasi va investitsiya jadvalini boshqarish
Risk	Qarz yuklamasi va foiz xarajatlari	Texnologik eskirish, auditoriya migratsiyasi	Investitsiyalarni riskka mos ustuvorlashtirish

Shu asosda tadqiqotda OAV korxonasining moliyaviy barqarorligi korxonaning joriy majburiyatlarini o'z vaqtida bajarishi, daromad va pul oqimlarini barqaror shakllantirishi, moliyaviy va raqamli risklarga moslashishi, raqamli investitsiyalarni maqbul qaytim bilan amalga oshirishi hamda turli platformalarda iqtisodiy qiymat yaratish qobiliyatini ifodalovchi kompleks kategoriya sifatida talqin etilgan.

Dissertatsiyaning **"Zamonaviy texnologiyalardan foydalanish sharoitida ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy holati tahlili"** deb nomlangan ikkinchi bobida zamonaviy texnologiyalardan foydalanish tendensiyalari, OAV korxonalarining moliyaviy barqarorlik ko'rsatkichlari dinamikasi hamda televideniye korxonalari daromadlari va xarajatlari tarkibidagi o'zgarishlar tahlil qilingan. Xususan, "Yoshlar" telekanalining moliyaviy-raqamli indikatorlari va televideniye reklama xizmatlarining ayrim tariflari qiyosiy baholangan.

[10] Picard R.G. The Economics and Financing of Media Companies. New York: Fordham University Press, 2011; Küng L. Strategic Management in the Media. London: SAGE Publications, 2017.

[11] Media iqtisodiyoti va korporativ moliya yondashuvlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, O‘zbekistonda internetdan foydalanuvchi aholi ulushi 2021-yildagi 76,6 foizdan 2024-yilda 93,3 foizga, 2025-yilning yanvar–avgust oylarida esa 94,2 foizga yetgan. Mazkur dinamika raqamli auditoriya bazasining yuqori darajada shakllanganini ko‘rsatib, OAV korxonalari uchun platformaviy tarqatish, raqamli reklama va kontent monetizatsiyasini moliyaviy boshqaruvning mustaqil yo‘nalishi sifatida rivojlantirish zaruratini kuchaytiradi. O‘zbekiston reklama bozorining 2024-yildagi tarkibi ham mazkur tendensiyani iqtisodiy jihatdan tasdiqlaydi: bozorning 51 foizi televideniye reklamasiga, 29 foizi raqamli reklamaga va 20 foizi tashqi reklamaga to‘g‘ri kelgan. Raqamli reklamaning salmoqli ulushi televideniye korxonalarida efir reklamasini raqamli formatlar, platformaviy monetizatsiya va brend integratsiyalari bilan to‘ldirish zaruratini kuchaytiradi.

“Yoshlar” telekanalining moliyaviy barqarorligini empirik baholashda 2022–2024-yillardagi asosiy moliyaviy koeffitsiyentlar va raqamli daromadlar dinamikasi o‘zaro bog‘liq holda tahlil qilindi. Mazkur yondashuv likvidlik, moliyaviy mustaqillik, rentabellik, pul oqimi hamda raqamli reklama ulushini birgalikda ko‘rib chiqish imkonini beradi.

3-jadval

“Yoshlar” telekanalining moliyaviy barqarorlik ko‘rsatkichlari dinamikasi, 2022–2024-yillar[12]

Ko‘rsatkich	2022	2023	2024	Dinamika
Joriy likvidlik koeffitsiyenti	1,12	1,22	1,33	Ijobiy o‘sish
Moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti	0,57	0,56	0,56	Nisbatan barqaror
Sotuv rentabelligi	7,86 %	8,85 %	8,58 %	Ijobiy daraja
Aktivlar rentabelligi (ROA)	6,67 %	7,66 %	7,43 %	Ijobiy daraja
Operatsion pul oqimi marjasi	11,73 %	13,02 %	14,16 %	O‘sish
Raqamli reklama ulushi	9,88 %	13,54 %	16,81 %	Barqaror o‘sish

Jadval ma’lumotlariga ko‘ra, “Yoshlar” telekanalida joriy likvidlik koeffitsiyenti 1,12 dan 1,33 gacha, operatsion pul oqimi marjasi 11,73 foizdan 14,16 foizgacha, raqamli reklamaning jami daromadlardagi ulushi esa 9,88 foizdan 16,81 foizgacha oshgan. Moliyaviy mustaqillik koeffitsiyentining 0,56–0,57 atrofida saqlanishi kapital tarkibining nisbatan barqarorligini ko‘rsatadi. Mazkur natijalar moliyaviy ko‘rsatkichlarni raqamli indikatorlar bilan birgalikda tahlil qilish zarurligini empirik jihatdan asoslaydi.

Dissertatsiyada OAV korxonalarining raqamli daromad manbalarini baholashda reklama mahsulotlarining platformalar kesimidagi qiymati alohida tahlil qilingan. ZO‘R TV va “Yoshlar” telekanali prays-listlari asosidagi qiyoslash

[12] “Yoshlar TV misolida moliyaviy barqarorlik koeffitsiyentlari” jadvali ma’lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan.

kontentga integratsiyalashgan reklama formatlarining oddiy qisqa formatlarga nisbatan yuqoriroq tijorat qiymatiga ega ekanini ko‘rsatadi.

4-jadval

ZO‘R TV va “Yoshlar” TV prays-listlaridagi ayrim raqamli reklama tariflarining qiyosiy ko‘rsatkichlari[13]

Raqamli reklama mahsuloti	ZO‘R TV, mln so‘m	“Yoshlar” TV, mln so‘m	Qiyosiy iqtisodiy mazmun
Native video	4,0	3,5	Kontentga integratsiyalashgan yuqori qiymatli format
Video murojaat	3,0	2,5	Boshlovchi va brend kapitaliga tayangan format
Sayt banneri	2,5	2,0	Veb-auditoriyani monetizatsiya qilish vositasi
Stories	0,5	0,45	Qisqa muddatli, tez o‘lchanadigan auditoriya kontakti

Qiyosiy ma’lumotlar raqamli reklama daromadlarini ko‘paytirishda reklama formatlarining sonini oshirishdan ko‘ra yuqori qo‘shilgan qiymatga ega kontent mahsulotlarini rivojlantirish muhimligini ko‘rsatadi. Bu holat daromad manbalarini platformalar va reklama mahsulotlari kesimida diversifikatsiya qilish zaruratini kuchaytiradi.

Ikkinchi bobdagi empirik tahlillar “Yoshlar” telekanalining moliyaviy ko‘rsatkichlari va raqamli reklama mahsulotlarining tijorat qiymati asosida raqamli transformatsiyaning moliyaviy barqarorlikka ta’sirini baholash imkonini berdi. Olingan natijalar uchinchi bobda kompleks baholash, daromadlarni diversifikatsiyalash, raqamli investitsiyalarni boshqarish va institutsional qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini ishlab chiqish uchun empirik asos bo‘lib xizmat qiladi.

Dissertatsiyaning **“Ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishning zamonaviy yo‘nalishlari va istiqbollari”** deb nomlangan uchinchi bobida raqamli platformalar va yangi biznes-modellar orqali daromadlarni diversifikatsiyalash, moliyaviy va raqamli ko‘rsatkichlarni birlashtirgan monitoring tizimi, investitsion xavflarni baholash hamda institutsional-huquqiy va tashkiliy-iqtisodiy qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari asoslangan. Bunda “Yoshlar” telekanali kontent ishlab chiqaruvchi tashkilot, RRTM MChJ esa efir uzatish infratuzilmasi operatori sifatida iqtisodiy vazifalariga mos yondashuvlar bilan qiyoslangan.

Birinchi ilmiy yangilikning ilmiy asosi “Yoshlar” telekanalining 2022–2024-yillardagi moliyaviy va raqamli ko‘rsatkichlari dinamikasini o‘zaro bog‘liq holda empirik baholashga tayanadi. Tahlil natijalariga ko‘ra, joriy likvidlik koeffitsiyenti 1,12 dan 1,33 gacha, operatsion pul oqimi marjasi 11,73 foizdan 14,16 foizgacha,

[13] ZO‘R TV va “Yoshlar” TV prays-listlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan.

raqamli reklamaning jami daromadlardagi ulushi esa 9,88 foizdan 16,81 foizgacha oshgan, moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti esa 0,56–0,57 oralig‘ida barqaror saqlangan. Mazkur dinamika telekanalning moliyaviy holatidagi ijobiy o‘zgarishlar raqamli faoliyatning kengayishi bilan bir vaqtda kechayotganini ko‘rsatadi hamda raqamli transformatsiya omillarini moliyaviy barqarorlik tahliliga kiritish zaruratini asoslaydi. Shu bois moliyaviy barqarorlikni faqat an’anaviy moliyaviy koeffitsiyentlar asosida emas, balki auditoriya qamrovi, foydalanuvchilar faolligi, monetizatsiya darajasi, raqamli reklama ulushi, kontentning turli platformalardagi iqtisodiy samaradorligi hamda raqamli kontent ishlab chiqarish xarajatlari bilan uyg‘un holda baholash maqsadga muvofiq. Ayniqsa, moliyaviy va raqamli ko‘rsatkichlarning bir tizimda muntazam kuzatilishi telekanal faoliyatidagi ijobiy va salbiy tendensiyalarni erta aniqlash, daromadlar tarkibidagi o‘zgarishlarni baholash, xarajatlar samaradorligini nazorat qilish hamda moliyaviy barqarorlikka ta’sir qiluvchi ichki omillarni tezkor diagnostika qilish imkonini beradi. Bunday kompleks yondashuv nafaqat mavjud moliyaviy holatni baholash, balki raqamli auditoriya dinamikasi va monetizatsiya natijalari asosida boshqaruv qarorlarining iqtisodiy samaradorligini aniqlashga ham xizmat qiladi. Natijada telekanal rahbariyati uchun moliyaviy resurslardan foydalanish, raqamli kontentga yo‘naltiriladigan xarajatlarni rejalashtirish va daromad manbalarini optimallashtirish bo‘yicha ma’lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish imkoniyati kengayadi. Shu jihatdan moliyaviy va raqamli indikatorlarni yagona integratsiyalashgan diagnostika tizimida birlashtirish “Yoshlar” telekanali misolida moliyaviy barqarorlikni baholash metodikasini takomillashtirishning ilmiy-uslubiy asosini tashkil etadi.

MOLIYAVIY + RAQAMLI INDIKATORLARNI YAGONA BAHOLASH TIZIMI			
MOLIYAVIY BLOK	**RAQAMLI BLOK**	**INTEGRATSIYA**	**BOSHQARUV QARORI**
Likvidlik Moliyaviy mustaqillik Rentabellik Pul oqimi	Qamrov Auditoriya faolligi Monetizatsiya Kontent xarajatlari	Normallashtirish Qiyoslash Og‘ishlarni aniqlash Bog‘liqlikni baholash	Barqaror holat Ehtiyotkorlik zonasi Risk zonasi Tezkor qaror
EMPIRIK TAYANCH: joriy likvidlik 1,12 → 1,33 | operatsion pul oqimi marjasi 11,73% → 14,16% | raqamli reklama ulushi 9,88% → 16,81%			
AMALIY NATIJA: moliyaviy barqarorlik koeffitsiyenti +15-20%; kontent tarqatish xarajatlari – 20-25%			

1-rasm. OAV korxonalarining moliyaviy va raqamli indikatorlarini kompleks baholash mexanizmi[14]

Taklif etilgan mexanizm moliyaviy va raqamli ma’lumotlarni alohida-alohida kuzatish amaliyotidan yagona integratsiyalashgan boshqaruv diagnostikasiga

[14] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

o‘tishni ta’minlaydi. Mazkur yondashuvda likvidlik, rentabellik, pul oqimlari va moliyaviy mustaqillik kabi an’anaviy ko‘rsatkichlar auditoriya qamrovi, foydalanuvchilar faolligi, monetizatsiya darajasi, raqamli reklama ulushi va kontent tarqatish xarajatlari bilan o‘zaro bog‘liq holda tahlil qilinadi. Bunda raqamli auditoriya yoki monetizatsiya ko‘rsatkichlaridagi o‘sishning real moliyaviy natijalarga qay darajada aylanayotgani, qo‘shimcha raqamli xarajatlarning daromad yaratish samaradorligi, shuningdek, texnologik va bozor risklarining moliyaviy barqarorlikka ta’siri bir vaqtning o‘zida kuzatiladi. Natijada boshqaruv tizimi faqat mavjud moliyaviy holatni qayd etish bilan cheklanmay, muammoli tendensiyalarni erta aniqlash, xarajatlarning iqtisodiy samaradorligini baholash va raqamli faoliyat bo‘yicha tezkor boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkonini beradi. Ayniqsa, moliyaviy va raqamli KPIlarning yagona monitoring tizimiga birlashtirilishi telekanalning kontent strategiyasi, platformalar bo‘yicha faoliyati va monetizatsiya natijalarini moliyaviy barqarorlik bilan bevosita bog‘lash imkonini yaratadi. Joriy etish ma’lumotnomasida mazkur yondashuvni amaliyotga tatbiq etish natijasida moliyaviy barqarorlik koeffitsiyentini 15–20 foizga oshirish hamda kontent tarqatish bilan bog‘liq xarajatlarni 20–25 foizga qisqartirish imkoniyati qayd etilgan. Bu natijalar integratsiyalashgan diagnostika tizimining nafaqat tahliliy, balki moliyaviy resurslardan samarali foydalanishni ta’minlovchi amaliy boshqaruv vositasi sifatidagi ahamiyatini ko‘rsatadi.

Ikkinchi ilmiy yangilikning empirik asosi tashqi reklama bozoridagi tarkibiy siljishlar, telekanalning ichki raqamli daromadlar dinamikasi hamda reklama mahsulotlarining tijorat qiymatini o‘zaro bog‘liq holda baholashga tayanadi. 2024-yilda O‘zbekiston reklama bozorining 29 foizi raqamli reklama hissasiga to‘g‘ri kelgani media korxonalarida daromad manbalarining an’anaviy efir reklamasidan raqamli formatlar tomon bosqichma-bosqich diversifikatsiyalanayotganini ko‘rsatadi. “Yoshlar” telekanalida ham raqamli reklamaning jami daromadlardagi ulushi 2022-yildagi 9,88 foizdan 2024-yilda 16,81 foizgacha oshib, raqamli monetizatsiyaning moliyaviy barqarorlikni ta’minlashdagi roli kuchayib borayotganini tasdiqlaydi. Mazkur o‘sish telekanal daromadlari tarkibida raqamli manbalar salmog‘i ortayotganini va auditoriyaning platformalarga ko‘chishi moliyaviy modelga ham bevosita ta’sir ko‘rsatayotganini anglatadi. Telekanal prays-listida native video narxining 3,5 mln so‘mni tashkil etishi, foto post va stories tarifining 0,45 mln so‘m bo‘lishi bilan taqqoslaganda, mazkur formatning qariyb 7,8 baravar yuqori tijorat qiymatiga ega ekanini ko‘rsatadi. Bu esa reklama mahsulotlarini faqat format turi bo‘yicha emas, balki ularning auditoriyani jalb etish salohiyati, kontent bilan integratsiyalashuv darajasi va monetizatsiya imkoniyatlari bo‘yicha differensiallashtirish zarurligini asoslaydi. Yuqori qiymatli native va video formatlardan samarali foydalanish reklama inventarining iqtisodiy rentabelligini oshirish, bitta reklama birligidan olinadigan daromadni ko‘paytirish va raqamli platformalarning tijorat salohiyatidan to‘liqroq foydalanish imkonini beradi. Shu nuqtai nazardan, platformaviy monetizatsiya, targetli reklama, brend hamkorligi, native integratsiyalar, onlayn loyihalar hamda grant va homiylik mablag‘larini yagona daromad portfelida uyg‘unlashtirish OAV korxonalarining an’anaviy reklama manbaiga qaramligini kamaytirish, daromad oqimlarini barqarorlashtirish

va raqamli daromadlar bazasini kengaytirishning muhim yo‘nalishi sifatida namoyon bo‘ladi. Bunday diversifikatsiyalangan model turli daromad manbalarining mavsumiyligi va bozor tebranishlari ta’sirini o‘zaro muvozanatlashtirish, telekanalning moliyaviy moslashuvchanligini oshirish va uzoq muddatli barqaror daromad portfelini shakllantirishga xizmat qiladi.

<table>
<tr><th colspan="5">BOZOR SILJISHI + ICHKI MONETIZATSIYA + YUQORI QIYMATLI FORMATLAR</th></tr>
<tr><th colspan="2">BOZOR SIGNALI</th><th>ICHKI DINAMIKA</th><th colspan="2">TARIF SIGNALI</th></tr>
<tr><td colspan="2">2024 reklama bozori
TV - 51%
Raqamli - 29%
Tashqi - 20%</td><td>“Yoshlar” TV
Raqamli reklama ulushi
9,88% → 13,54% → 16,81%</td><td colspan="2">Native video - 3,5 mln so‘m
Video post - 2,5 mln so‘m
Foto / Stories - 0,45 mln so‘m</td></tr>
<tr><th colspan="5">DIVERSIFIKATSIYALANGAN DAROMAD PORTFELI</th></tr>
<tr><th>Platforma monetizatsiyasi</th><th>Target/ reklama</th><th>Brend hamkorligi</th><th>Onlayn loyihalar</th><th>Grant/ homiylik</th></tr>
<tr><td colspan="5">NATIJA: an’anaviy efir reklamasiga bog‘liqlikni 25-30% kamaytirish va raqamli daromad ulushini oshirish imkoniyati</td></tr>
</table>

2-rasm. OAV korxonalarida raqamli daromadlarni diversifikatsiya qilishning empirik asoslangan modeli[15]

Modelning iqtisodiy mantiqi daromad manbalarini shunchaki son jihatdan ko‘paytirish emas, balki ularni turli darajadagi risk, barqarorlik va monetizatsiya salohiyatiga ega bo‘lgan yagona daromad portfeli sifatida boshqarishga asoslanadi. Bunda platformaviy daromadlar, targetli va native reklama, brend hamkorligi, onlayn loyihalar, grant va homiylik mablag‘lari o‘zaro to‘ldiruvchi moliyaviy manbalar sifatida shakllantiriladi. Mazkur yondashuv bir tomondan an’anaviy efir reklamasiga yuqori darajadagi qaramlikni kamaytirsa, ikkinchi tomondan daromadlar oqimining mavsumiyligi va reklama bozori kon’yunkturasidagi o‘zgarishlar ta’sirini yumshatish imkonini beradi. Ayniqsa, raqamli platformalarda auditoriya qamrovi va faolligining oshishi kontentni turli formatlarda monetizatsiya qilish, reklama mahsulotlarini segmentlash hamda brendlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirish uchun qo‘shimcha iqtisodiy imkoniyat yaratadi. Shu jihatdan daromad manbalarini diversifikatsiyalash modeli OAV korxonasining moliyaviy barqarorligini ta’minlash, pul oqimlari uzluksizligini kuchaytirish va yangi raqamli daromadlar ulushini oshirishga xizmat qiluvchi boshqaruv mexanizmi sifatida namoyon bo‘ladi. Joriy etish ma’lumotnomasida mazkur modelni amaliyotga tatbiq etish an’anaviy efir reklamasiga bog‘liqlikni 25–30 foizga kamaytirish imkonini berishi asoslangan.

[15] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Uchinchi ilmiy yangilikning ilmiy-uslubiy asosi raqamli transformatsiya natijasida televideniye korxonalarida xarajatlar tarkibi, kapital qo‘yilmalar yo‘nalishi va investitsiya ustuvorliklarining o‘zgarishi, shuningdek, raqamli loyihalarni an’anaviy kapital qo‘yilmalaridan farqli mezonlar asosida baholash zaruratiga tayanadi. Dissertatsiyada ishlab chiqilgan mualliflik tahliliy modelida efir va uzatish infratuzilmasi bilan bog‘liq xarajatlar ulushining 30 foizdan 18 foizgacha kamayishi, IT va platforma xizmatlari xarajatlarining 8 foizdan 20 foizgacha, marketing va auditoriya tahlili xarajatlarining esa 10 foizdan 14 foizgacha oshishi ko‘rsatilgan. Mazkur tarkibiy siljish raqamli transformatsiyaning xarajatlarni oddiy qisqartirish jarayoni emas, balki moliyaviy resurslarni yuqori texnologik, ma’lumotlarga asoslangan va platformaviy faoliyat yo‘nalishlari foydasiga qayta taqsimlash jarayoni ekanini ko‘rsatadi. Natijada televideniye korxonalarida xarajatlar tuzilmasining o‘zgarishi investitsiya siyosatini ham qayta ko‘rib chiqishni talab qiladi, chunki raqamli infratuzilma va kontent ishlab chiqarish vositalari tobora ko‘proq kapital va boshqaruv resurslarini talab etadi.

Bunday sharoitda televideniye korxonalarida investitsion qarorlarni qabul qilishda faqat texnik yangilanishga bo‘lgan ehtiyojni hisobga olish yetarli bo‘lmaydi. Raqamli studiya uskunalari, montaj va animatsiya texnologiyalari, striming infratuzilmasi, auditoriya analitikasi tizimlari, raqamli platformalar va kontent tarqatish vositalariga yo‘naltiriladigan investitsiyalar ularning kutilayotgan iqtisodiy qaytimi, xavf darajasi va qoplanish muddati bilan uzviy bog‘liq holda baholanishi lozim. Chunki raqamli investitsiyalar texnologik eskirishning yuqori sur’ati, auditoriyaning platformalar o‘rtasida tez migratsiyasi, monetizatsiya mexanizmlarining o‘zgaruvchanligi hamda raqamli daromadlarning barqaror shakllanmasligi kabi qo‘shimcha xatarlar bilan tavsiflanadi. Shu sababli investitsiya samaradorligini baholashda ROI ko‘rsatkichi bilan bir qatorda investitsion xavf, texnologik eskirish ehtimoli, auditoriya migratsiyasi va qoplanish muddati kabi omillarni yagona baholash tizimida hisobga olish muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday yondashuv investitsiya loyihalarini faqat texnologik yangilik darajasi bo‘yicha emas, balki ularning korxona moliyaviy barqarorligiga qo‘shadigan real iqtisodiy hissasi bo‘yicha ham qiyoslash imkonini beradi.

Mazkur mezonlarni kompleks qo‘llash investitsiya loyihalarini ustuvorlik darajasi bo‘yicha saralash, moliyaviy resurslarni yuqori qaytim va maqbul xavf darajasiga ega loyihalarga yo‘naltirish, kapital qo‘yilmalarni bosqichma-bosqich amalga oshirish hamda samaradorligi past loyihalarga ortiqcha mablag‘ sarflanishining oldini olish imkonini beradi. Shu bilan birga, investitsiyalarni kichik hajmdagi pilot loyihalardan boshlash, ularning dastlabki natijalarini baholash va samaradorligi tasdiqlangan yo‘nalishlarni keyingi bosqichda kengaytirish moliyaviy xavflarni kamaytirishga xizmat qiladi. Natijada investitsion qarorlarning iqtisodiy asoslanganligi ortadi, kapital resurslardan foydalanish samaradorligi yaxshilanadi, texnologik yangilanish bilan bog‘liq moliyaviy tavakkalchiliklar kamayadi va raqamli modernizatsiya jarayonining korxona moliyaviy barqarorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatish ehtimoli cheklanadi.

Bundan tashqari, investitsiyalarni qoplanish muddati va kutilayotgan daromadlilik darajasi bo‘yicha muntazam monitoring qilish telekanal rahbariyatiga

investitsiya portfelini davriy qayta ko‘rib chiqish, kutilgan natijaga erishmayotgan loyihalarni o‘z vaqtida aniqlash hamda moliyaviy resurslarni samaraliroq yo‘nalishlarga qayta taqsimlash imkonini beradi. Mazkur monitoring tizimi investitsion qarorlarni bir martalik tanlov sifatida emas, balki “baholash – joriy etish – monitoring – qayta ko‘rib chiqish” ketma-ketligiga asoslangan uzluksiz boshqaruv jarayoni sifatida tashkil etishga xizmat qiladi. Bu esa o‘zgaruvchan raqamli muhit sharoitida televideniye korxonalarining investitsion moslashuvchanligini oshiradi.

Shu jihatdan ishlab chiqilgan mexanizm raqamli investitsiyalarni *“daromadlilik–xavf–qoplanish muddati”* mezonlari asosida saralash, ustuvorlashtirish va boshqarishning ilmiy-uslubiy asosini tashkil etadi hamda televideniye korxonalarida investitsion resurslardan oqilona foydalanish, kapital aylanishini tezlashtirish, texnologik yangilanishlarning moliyaviy natijadorligini oshirish va uzoq muddatli moliyaviy barqarorlikni mustahkamlashga xizmat qiladi.

XARAJATLAR TRANSFORMATSIYASI → INVESTITSION FILTR → MOLIYAVIY NATIJA			
XARAJATLAR TRANSFORMATSIYASI		**INVESTITSION FILTR**	
Efir / uzatish infratuzilmasi	**30% → 18%**	**ROI**	kutilayotgan iqtisodiy qaytim
IT va platforma xizmatlari	**8% → 20%**	**Xavf**	texnologik eskirish + auditoriya migratsiyasi
Marketing/auditoriya tahlili	**10% → 14%**	**Qoplanish muddati**	3–4 yil → 2 yilgacha

3-rasm. Raqamli investitsiyalarni “daromadlilik–xavf–qoplanish muddati” mezonlari asosida boshqarish mexanizmi[16]

Mazkur rasmda keltirilgan mexanizm raqamli transformatsiya jarayonida xarajatlar tarkibining o‘zgarishini investitsion qarorlarni saralash mezonlari bilan uzviy bog‘laydi. Bunda efir va uzatish infratuzilmasi bilan bog‘liq xarajatlarning kamayishi, aksincha IT va platforma xizmatlari, marketing hamda auditoriya tahliliga yo‘naltiriladigan resurslarning ortishi televideniye korxonalarida investitsiyalarni an’anaviy texnik yangilanish mezonlari asosida emas, balki iqtisodiy samaradorlik va moliyaviy xavf nuqtayi nazaridan baholash zaruratini yuzaga keltiradi. Shu sababli raqamli infratuzilma loyihalarini tanlashda ROI, texnologik eskirish xavfi, auditoriya migratsiyasi, monetizatsiya imkoniyatlari va qoplanish muddati kabi mezonlarni kompleks tarzda hisobga olish muhim ahamiyat kasb etadi. Mazkur yondashuv investitsiya loyihalarini ustuvorlik darajasi bo‘yicha saralash, moliyaviy resurslarni iqtisodiy qaytimi yuqori va xavfi maqbul yo‘nalishlarga taqsimlash hamda kapital qo‘yilmalar samaradorligini oshirish imkonini beradi. Natijada investitsion qarorlar texnologik ehtiyojga emas, balki

[16] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

kutilayotgan moliyaviy natija va risklar mutanosibligiga tayangan holda qabul qilinadi. Ushbu mexanizmning asosiy baholash mezonlari, ularning mazmuni va boshqaruv natijalari quyidagi jadvalda tizimlashtirilgan.

5-jadval

Raqamli infratuzilma investitsiyalarini boshqarish mexanizmining asosiy natijalari[17]

Mezon	Baholash mazmuni	Taklif etilgan yondashuv	Boshqaruv natijasi
ROI	Investitsiya natijasining sarflangan kapitalga nisbati	Pul oqimi bilan bog‘liq qaytimni baholash	Yuqori iqtisodiy qaytimli loyihalarni ustuvorlashtirish
Qoplanish muddati	Bazaviy holatda 3–4 yil	Taklif etilgan mexanizmda 2 yilgacha	Kapital aylanishini 1–2 yilga tezlashtirish
Texnologik eskirish riski	Uskuna va platformalarning tez yangilanishi	Bosqichma-bosqich investitsiya va modernizatsiya	Muddatidan oldin eskirish yo‘qotishlarini kamaytirish
Auditoriya migratsiyasi riski	Platformalar bo‘yicha trafik o‘zgaruvchanligi	Moslashuvchan va ko‘p platformali infratuzilma	Daromad oqimlarini barqarorlashtirish
Qaror qabul qilish	Texnologik ehtiyojga tayangan tanlov	ROI + risk + qoplanish muddati birgalikda	Moliyaviy resurslarni samarali taqsimlash

5-jadvaldagi mezonlar raqamli investitsiyalarni kutilayotgan iqtisodiy qaytim, texnologik xavf va qoplanish muddati asosida tanlash zarurligini ifodalaydi. “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ ma’lumotnomasida kontent infratuzilmasiga investitsiyalarning qoplanish muddatini 3–4 yildan taxminan 2 yilgacha qisqartirish imkoniyati ko‘rsatilgan. RRTM MChJga oid joriy etish ma’lumotlarida raqamli efir uzatish uskunalari bo‘yicha ushbu muddatni 5–7 yildan 3–4 yilgacha qisqartirish imkoniyati qayd etilgan. Bu ko‘rsatkichlar turli investitsiya obyektlariga taalluqli bo‘lib, ularning hisob-kitob bazasi va pul oqimlari mustaqil tasdiqlanishi lozim.

To‘rtinchi ilmiy yo‘nalishda OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirish uchun texnologik modernizatsiyani moliyalashtirish, grant va xususiy investitsiyalarni jalb etish, davlat-xususiy sheriklik imkoniyatlarini iqtisodiy baholash hamda raqamli monitoringni uyg‘unlashtirish yondashuvi asoslangan. “Yoshlar” telekanalida ushbu mexanizm kontent va reklama loyihalariga, RRTM MChJda esa katta hajmdagi efir infratuzilmasi investitsiyalariga mos qo‘llanishi kerak. “Yoshlar” telekanalining moliyaviy va raqamli ko‘rsatkichlari asosida

[17] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

tuzilgan 2026–2028-yillar ssenariysi esa amalda erishilgan natija emas, shartli prognoz sifatida talqin qilinadi.

MOLIYAVIY BARQARORLIKNI OSHIRISHNING INSTITUTSIONAL MEXANIZMI VA SHARTLI PROGNOZI			
Maqsadli moliyalashtirish	**Grant va xususiy investitsiya**	**Davlat-xususiy sheriklik**	**Iqtisodiy rag‘batlantirish**
MONITORING: joriy likvidlik + operatsion pul oqimi + raqamli daromadlar ulushi + auditoriya KPI			
Ko‘rsatkich	**2024 (amaldagi)**	**2026 prognoz**	**2028 prognoz**
Joriy likvidlik koeffitsiyenti	1,33	1,54	1,75
Operatsion pul oqimi marjasi	14,16%	16,62%	19,05%
Raqamli reklama ulushi	16,81%	23,81%	30,74%
Prognoz natijasi: likvidlik va pul oqimi mustahkamlanishi + raqamli daromad bazasining kengayishi + institutsional resurslardan samarali foydalanish			

4-rasm. OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda zamonaviy texnologiyalardan foydalanishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi va istiqbolli ko‘rsatkichlari[18]

2022–2024-yillardagi moliyaviy ko‘rsatkichlar dinamikasi asosida shakllantirilgan shartli trend ssenariysiga ko‘ra, “Yoshlar” telekanalining joriy likvidlik koeffitsiyenti 2026-yilda 1,54 va 2028-yilda 1,75, operatsion pul oqimi marjasi mos ravishda 16,62 va 19,05 foiz, raqamli reklama daromadlari ulushi esa 23,81 va 30,74 foiz darajasida baholangan. Mazkur prognoz natijalari moliyaviy barqarorlikni mustahkamlashda daromadlar tarkibini diversifikatsiyalash, pul oqimlarini samarali boshqarish hamda zamonaviy texnologiyalardan foydalanishning istiqbolli imkoniyatlarini ifodalaydi. Biroq kuzatuv davrining uch yil bilan cheklanganligi prognoz ko‘rsatkichlarining aniqligiga ta’sir etishi mumkin. Shu sababli ushbu qiymatlar amalda erishilgan iqtisodiy natijalar sifatida emas, balki muayyan farazlarga asoslangan istiqbolli ssenariy sifatida talqin etilishi lozim. Ularning amaliy asoslanganligini aniqlashda boshlang‘ich moliyaviy ma’lumotlar, investitsiya xarajatlari va kutilayotgan pul oqimlarini qo‘shimcha tahlil qilish muhim ahamiyatga ega.

Shunday qilib, uchinchi bobda OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishga qaratilgan kompleks baholash metodikasi, daromadlarni diversifikatsiyalash modeli, raqamli investitsiyalar samaradorligi va moliyaviy

[18] Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

xavflarni boshqarish hamda institutsional-huquqiy va tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish bo‘yicha to‘rtta asosiy ilmiy yo‘nalish umumlashtirildi. Tadqiqotda ishlab chiqilgan yondashuvlarning amaliy ahamiyati “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJ va RRTM MChJ faoliyatining iqtisodiy hamda texnologik xususiyatlarini hisobga olgan holda asoslandi. Bunda telekanal uchun raqamli kontent monetizatsiyasi va daromadlar portfelini kengaytirish, RRTM MChJ uchun esa efir uzatish infratuzilmasini modernizatsiya qilish va ekspluatatsiya xarajatlarini maqbullashtirish ustuvor yo‘nalishlar sifatida belgilandi. Mazkur ilmiy-amaliy yondashuvlarni o‘zaro uyg‘unlashtirish moliyaviy resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish, investitsion xavflarni kamaytirish hamda OAV korxonalarining uzoq muddatli moliyaviy barqarorligini mustahkamlash uchun uslubiy asos bo‘lib xizmat qiladi.

XULOSA

Dissertatsiya ishida olib borilgan tadqiqotlar natijasida quyidagi ilmiy xulosalar, takliflar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi:

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligi daromadlar hajmi yoki foyda ko‘rsatkichlari bilangina cheklanmaydigan kompleks iqtisodiy kategoriya ekanligi asoslandi. Uni baholashda likvidlik, moliyaviy mustaqillik, rentabellik va pul oqimlari bilan bir qatorda raqamli daromadlar ulushi, auditoriya faolligi hamda kontent rentabelligini hisobga olish zarurligi belgilandi.

OAV korxonalarida zamonaviy texnologiyalardan foydalanish daromad manbalarini diversifikatsiyalash, kontentni ko‘p platformali tarqatish va moliyaviy resurslarni samarali boshqarish imkoniyatlarini kengaytirishi aniqlandi. Shu bilan birga, an’anaviy reklama daromadlariga bog‘liqlik, raqamli infratuzilma xarajatlarining ortishi va investitsion xavflar moliyaviy barqarorlikka ta’sir etuvchi muhim omillar sifatida baholandi.

“Yoshlar” telekanalining 2022–2024-yillardagi moliyaviy ko‘rsatkichlari asosida an’anaviy moliyaviy koeffitsiyentlar va raqamli indikatorlarni uyg‘unlashtiruvchi kompleks baholash metodikasi takomillashtirildi. Tahlil davrida joriy likvidlik koeffitsiyenti 1,12 dan 1,33 ga, raqamli reklama ulushi 9,88 foizdan 16,81 foizga oshgani aniqlandi. Mazkur natijalar moliyaviy va raqamli ko‘rsatkichlarni yagona tizimda monitoring qilishning amaliy ahamiyatini asoslaydi.

OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirish maqsadida an’anaviy reklama, platformaviy monetizatsiya, maqsadli reklama, brend hamkorligi, onlayn loyihalar hamda grant-homiylik manbalarini uyg‘unlashtiruvchi daromadlarni diversifikatsiyalash modeli ishlab chiqildi. Mazkur model daromadlar portfelini kengaytirish, alohida moliyaviy manbalarga qaramlikni kamaytirish va raqamli auditoriyaning iqtisodiy salohiyatidan samarali foydalanishga xizmat qiladi.

Raqamli moliyaviy boshqaruv samaradorligini oshirish uchun buxgalteriya hisobi, reklama shartnomalari, kontent xarajatlari, debitorlik qarzlari, operatsion pul oqimlari va auditoriya analitikasini integratsiyalashgan monitoring tizimida birlashtirish taklif etildi. Ushbu yondashuv moliyaviy xavflarni barvaqt aniqlash, xarajatlarni nazorat qilish va boshqaruv qarorlarining iqtisodiy asoslanganligini oshirish imkonini beradi.

Raqamli infratuzilmaga yo‘naltiriladigan investitsiyalarning samaradorligini baholashda “daromadlilik–xavf–qoplanish muddati” mezonlarini kompleks qo‘llash mexanizmi ishlab chiqildi. Bunda investitsiyalarning kutilayotgan iqtisodiy qaytimi, texnologik eskirish xavfi, amortizatsiya xarajatlari va pul oqimlarini hisobga olish zarurligi asoslandi. Mazkur mexanizmni kontent ishlab chiqaruvchi telekanallar va efir uzatish infratuzilmasi operatorlarining faoliyat xususiyatlariga moslashtirish belgilandi.

OAV korxonalarining moliyaviy barqarorligini oshirishda institutsional-huquqiy va tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish muhim ahamiyatga ega ekanligi asoslandi. “Yoshlar” ijodiy birlashmasi AJda raqamli kontentni monetizatsiya qilish va reklama daromadlarini kengaytirish, RRTM MChJda esa raqamli efir uzatish infratuzilmasini modernizatsiya qilish, ekspluatatsiya xarajatlarini maqbullashtirish va tijorat xizmatlarini rivojlantirish ustuvor yo‘nalishlar sifatida belgilandi.

“Yoshlar” telekanalining 2022–2024-yillardagi ko‘rsatkichlari asosida 2026–2028-yillar uchun shartli prognoz ssenariysi shakllantirildi. Mazkur ssenariyda 2028-yilga kelib joriy likvidlik koeffitsiyenti 1,75, operatsion pul oqimi marjasi 19,05 foiz va raqamli reklama ulushi 30,74 foiz darajasida baholandi. Ushbu ko‘rsatkichlar amalda erishilgan natijalar emas, balki moliyaviy barqarorlikni oshirish imkoniyatlarini ifodalovchi istiqbolli hisob-kitoblar sifatida talqin etildi.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, OAV korxonalarida moliyaviy va raqamli ko‘rsatkichlarni muntazam monitoring qilish, daromadlarni diversifikatsiyalash, investitsiya loyihalarini iqtisodiy samaradorlik mezonlari asosida saralash hamda moliyalashtirish manbalarini korxonalarning faoliyat xususiyatlariga muvofiq shakllantirish tavsiya etildi. Mazkur takliflarni amalga oshirish zamonaviy texnologiyalardan foydalanish samaradorligini oshirish va OAV korxonalarining uzoq muddatli moliyaviy barqarorligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/2026.31.01.I.42.02 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЁНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ХИМИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ ИНСТИТУТЕ

ТАШКЕНТСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ШАРИПОВА ШАХЛО ИСТАМОВНА

ПУТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

08.00.07 – «Финансы, денежное обращение и кредит»

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам

Ташкент – 2026

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан под номером B2026.1.PhD/Iqt6720.

Диссертация выполнена в Ташкентском международном университете.

Автореферат диссертации на трёх языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещён на веб-странице Научного совета (www.tkti.uz) и на информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziyonet.uz).

Научный руководитель:	**Хусанов Улугбек Нишонович** доктор экономических наук, доцент
Официальные оппоненты:	**Кузиев Равшан Рамазанович,** доктор экономических наук, профессор
	Курбанова Мафтуна Лазизовна, доктор философии (PhD) по экономическим наукам, доцент
Ведущая организация:	**Ташкентский университет прикладных наук**

Защита диссертации состоится «25» 11 2026 года в 11 часов на заседании Научного совета DSc.03/2026.31.01.I.42.02 по присуждению учёных степеней при Ташкентском химико-технологическом институте. Адрес: 100011, г. Ташкент, ул. Самарканд дарвоза, 60. Тел.: (99871) 244-79-34; e-mail: info@tkti.uz

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского химико-технологического института (зарегистрирована за № 162). Адрес: 100011, г. Ташкент, ул. А. Навои, 32. Тел.: (99871) 244-79-34; e-mail: info@tkti.uz

Автореферат диссертации разослан «11» 11 2026 года.

(Протокол реестра рассылки № 20 от «11» 11 2026 года)

Д.Н. Хусанов
Председатель Научного совета по присуждению учёных степеней, доктор экономических наук, профессор

А.Ж. Ходжамуродов
Учёный секретарь Научного совета по присуждению учёных степеней, доктор философии (PhD) по экономическим наукам, доцент

Ш.А. Хусаинов
Председатель научного семинара при Научном совете по присуждению учёных степеней, доктор экономических наук, доцент

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В мировом масштабе расширение цифровой инфраструктуры и перемещение потребления информации в онлайн-среду коренным образом меняют экономическую деятельность предприятий средств массовой информации. В 2025 году число пользователей интернета в мире достигло 6 млрд человек, или 74 процентов населения планеты. Вместе с тем прогнозируются рост доходов мировой индустрии развлечений и медиа в ближайшие годы и расширение доли цифровых форматов на рекламном рынке. В частности, по оценкам PwC, доходы мировой индустрии медиа и развлечений к 2029 году достигнут 3,5 трлн долларов США [19]. В этих условиях опора предприятий СМИ на традиционные источники дохода может ограничить их адаптивность к изменениям рынка. Поэтому диверсификация источников дохода посредством цифровых платформ, оптимизация расходов и повышение активности аудитории становятся важным фактором повышения финансовой устойчивости медиапредприятий. Это усиливает необходимость совершенствования механизмов цифровой монетизации и финансового управления.

В мировой медийной практике смещение аудитории от традиционного телевидения и собственных веб-сайтов медиаорганизаций к сторонним платформам предъявляет новые требования к повышению финансовой устойчивости. Согласно исследованию Reuters Institute Digital News Report 2026, в разрезе 48 рынков 54 процента респондентов получают онлайн-новости через социальные медиа и видеосети, тогда как доля использования собственных сайтов и приложений медиаорганизаций составляет 51 процент; доля потребителей еженедельного онлайн-новостного видео достигла 77 процентов. В этих условиях зависимость рекламных и аудиторных потоков от платформ, рост расходов на цифровую инфраструктуру и контент, быстрая смена каналов монетизации и риск технологического устаревания непосредственно влияют на финансовую устойчивость медиабизнеса. ЮНЕСКО также отмечает сохранение экономической жизнеспособности и финансовой устойчивости независимых СМИ как одну из важных проблем современной медиаполитики [20]. Поэтому согласование традиционных финансовых показателей предприятий СМИ с индикаторами цифровой аудитории, активности на платформах, рентабельности контента, отдачи от инвестиций и диверсификации доходов становится актуальной научно-практической задачей.

В условиях Нового Узбекистана расширение медиапространства и рост масштабов использования цифровых платформ создают важную

[19] Международный союз электросвязи (ITU). Measuring Digital Development: Facts and Figures 2025. — Женева: ITU, 2025; PwC. Global Entertainment & Media Outlook 2025–2029. — London: PwC, 2025.

[20] Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2026: Overview and Key Findings. — Oxford, 2026. — URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026/dnr-executive-summary (дата обращения: 16.10.2026); ЮНЕСКО (UNESCO). Media Viability. — URL: https://www.unesco.org/en/international-programme-development-communication/media-viability.

экономическую основу для модернизации системы финансового управления предприятий средств массовой информации. В официальном обращении Президента Республики Узбекистан от 26 июня 2026 года отмечено, что в стране действует около 2 700 средств массовой информации, 67 процентов которых приходится на негосударственный сектор[21]. Эти данные отражают весомую роль частного сектора в медиасфере, однако сами по себе не доказывают повышения финансовой устойчивости предприятий СМИ. Поэтому наряду с диверсификацией доходов за счёт цифровой рекламы, платформенной монетизации и брендовых партнёрств необходимо управлять расходами на производство контента, цифровую инфраструктуру, аналитику и кибербезопасность на основе экономической отдачи. Особое научно-практическое значение приобретает оценка влияния современных технологий на повышение финансовой устойчивости предприятий СМИ посредством показателей доходов, расходов, денежных потоков и эффективности инвестиций.

Нормативно-правовую основу диссертационного исследования составляют новая редакция Закона «О средствах массовой информации», утверждённая 15 января 2007 года, Указ Президента Республики Узбекистан от 2 февраля 2019 года № УП-5653, Указ от 5 октября 2020 года № УП-6079 о Стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030», постановление от 27 июня 2022 года № ПП-294, а также Указ от 11 сентября 2023 года № УП-158 о Стратегии «Узбекистан – 2030» [22]. Эти документы определяют правовые условия деятельности СМИ, институциональные направления поддержки отрасли и развития цифровых технологий. Данное же исследование направлено не на повторение связанных с ними общих задач, а на научно-практическое обоснование возможностей повышения финансовой устойчивости предприятий СМИ посредством диверсификации доходов, оптимизации расходов, оценки отдачи от инвестиций и управления финансовыми рисками с помощью современных технологий.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий республики I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

Степень изученности проблемы. Проблема повышения финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации является одним из важных научно-практических направлений современной экономики и

[21] Президент Республики Узбекистан. Обращение к работникам печати и средств массовой информации, 26.06.2026 [Электронный ресурс]. — Официальный веб-сайт Президента. — URL: https://www.president.uz/oz/lists/view/9357 (дата обращения: 17.10.2026).

[22] Закон «О средствах массовой информации» (ЗРУ-78, 15.01.2007); Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5653 (02.02.2019), Указ № УП-6079 (05.10.2020), постановление № ПП-294 (27.06.2022), Указ № УП-158 (11.09.2023) // Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан. — URL: https://lex.uz/uz/acts/-1106870; https://lex.uz/docs/-4188795; https://lex.uz/uz/acts/-5030957; https://lex.uz/docs/-6083381; https://lex.uz/docs/-6600413 (дата обращения: 17.10.2026).

непосредственно связана с корпоративными финансами, финансовым анализом, медиаэкономикой, цифровой трансформацией и стратегическим управлением. В условиях развития цифровой экономики вопросы диверсификации источников дохода предприятий СМИ, эффективного использования финансовых ресурсов, оптимизации расходов, снижения инвестиционных рисков и укрепления финансовой устойчивости посредством современных технологий исследованы зарубежными и отечественными учёными-экономистами на основе различных теоретико-методологических подходов.

Из зарубежных учёных Д. Тапскотт, Э. Бриньолфсон, Э. Макафи, Т. Л. Мезенбург, Р. Бухт и Р. Хикс изучали формирование цифровой экономики, влияние современных технологий на экономические процессы и аспекты цифровой трансформации, связанные с экономической эффективностью. В научных исследованиях Р. Г. Пикарда, А. Б. Альбаррана, Х. Л. Фогеля, Л. Кюнг, С. М. Чан-Олмстед и Г. Дойла особое внимание уделено развитию медиаэкономики, бизнес-моделям предприятий СМИ, рекламному рынку, экономике аудитории, формированию и диверсификации доходов, а также монетизации контента через цифровые платформы. В исследованиях таких учёных, как Э. И. Альтман, А. Дамодаран, Ю. Ф. Бригхэм, М. С. Эрхардт, К. Г. Палепу и П. М. Хили, освещены вопросы оценки финансового состояния предприятий, управления структурой капитала, рентабельности, денежных потоков, финансовых рисков и совершенствования экономических основ инвестиционных решений [23] . Эти научные изыскания служат важной теоретико-методологической основой для исследования финансовой устойчивости предприятий СМИ во взаимосвязи с современными технологиями.

Учёными России и стран СНГ Е. Л. Вартановой, А. А. Гладковой, А. В. Вырковским, М. И. Макеенко, С. С. Смирновым, Н. А. Концевой, П. Н. Теслей, А. Н. Фоминой, А. Д. Киселёвым, Л. В. Силаковой, Р. Ю. Новиковым и Э. П. Зограбян исследованы цифровая трансформация медиарынка, процессы платформизации, изменение поведения аудитории, модели платной подписки и цифровой монетизации, а также цифровая зрелость и институциональная адаптивность медиаорганизаций. В этих работах освещены направления перераспределения потоков доходов в цифровой медиасреде, снижения зависимости от традиционных рекламных источников, повышения эффективности производства контента и совершенствования бизнес-моделей медиапредприятий на основе

[23] Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. — New York: McGraw-Hill, 1996; Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age. — New York: W. W. Norton & Company, 2014; Mesenbourg T. L. Measuring the Digital Economy. — Washington, DC: U.S. Census Bureau, 2001; Bukht R., Heeks R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. — Manchester: Development Informatics, Working Paper No. 68, 2017; Picard R. G. The Economics and Financing of Media Companies. — New York: Fordham University Press, 2011; Albarran A. B. Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts. — Ames: Iowa State University Press, 2010; Küng L. Strategic Management in the Media. — London: SAGE Publications, 2017; Vogel H. L. Entertainment Industry Economics. — Cambridge: Cambridge University Press, 2015.

современных технологий[24]. Данные исследования имеют важное научное значение для изучения взаимосвязи между цифровой трансформацией предприятий СМИ и результатами их экономической деятельности.

В научных трудах узбекских учёных-экономистов Т. С. Маликова, Э.А. Акрамова, М. К. Пардаева, Б. И. Исроилова, К. Н. Хусанова, У.Н. Хусанова, Б. А. Бегалова, М. К. Абдуллаева, Г. М. Порсаева, Б.Ш. Сафарова и Д.К. Усмановой изучены теоретико-экономические основы финансовой устойчивости предприятий, формирование и управление финансовыми ресурсами, структура капитала, ликвидность, рентабельность, платёжеспособность, а также вопросы повышения эффективности управления в условиях цифровой экономики. В этих работах особое внимание уделено теоретико-методологическим аспектам оценки финансового состояния предприятий, обеспечения оптимального соотношения собственных и заёмных средств, снижения финансовых рисков и эффективного использования ресурсов. Исследованы также вопросы совершенствования экономических процессов посредством цифровых технологий, влияния информационных систем на эффективность управления и развития цифровой экономики[25]. Эти научные работы являются важной научной основой для разработки механизмов повышения финансовой устойчивости предприятий СМИ в условиях Узбекистана.

Вместе с тем анализ существующих научных исследований показывает необходимость более комплексного изучения вопросов использования современных технологий для повышения финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации. В частности, вопросы согласования традиционных финансовых коэффициентов с показателями цифровой аудитории, диверсификации цифровых источников дохода, взаимосвязанной оценки доходности и рисков инвестиций в цифровую инфраструктуру, а также совершенствования институционально-экономических механизмов цифровой трансформации требуют дополнительных научно-методических исследований на примере деятельности медиапредприятий Узбекистана. Исходя из этого, в настоящем диссертационном исследовании в качестве приоритетных направлений

[24] Vartanova E. L., Gladkova A. A. Digital capital within the context of the intangible capitals concept // Mediascope. — 2020. — № 1; Vartanova E. L., Vyrkovskiy A. V., Makeenko M. I., Smirnov S. S. Industriya rossiyskikh media: tsifrovoye budushcheye. — Moskva: MediaMir, 2017; Kontsevaya N. A. Perspektivy platnoy mediapodpisky s tochki zreniya molodezhnoy auditorii // Informatsionnoye obshchestvo. — 2024. — № 1; Teslya P. N. Tsifrovaya transformatsiya mediarynka i ee posledstviya // EKO. — 2020. — № 2; Fomina A. N. Transformatsiya televizionnoy industrii v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki. — Moskva, 2016; Kiselev A. D., Silakova L. V. Otsenka tsifrovoy zrelosti mediakompaniy kak osnova razrabotki strategii tsifrovoy transformatsii // Mediascope. — 2021. — № 3; Novikov R. Yu., Zograbyan E. P. Tsifrovaya transformatsiya mediakompaniy: vyzovy i vozmozhnosti // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. — 2019. — № 4.

[25] Malikov T. S. Moliya: xo‘jalik yurituvchi subyektlar moliyasi. — Toshkent: IQTISOD-MOLIYA, 2009; Akramov E. A. Korxonalarning moliyaviy holati tahlili. — Toshkent: Moliya, 2003; Pardayev M. Q., Isroilov B. I. Moliyaviy tahlil. — Toshkent: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 1999; Xusanov Q. N. Korxonalarning moliyaviy barqarorligini ta’minlashning nazariy asoslari // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. — 2024. — 2(9). — B. 561–566; Begalov B. A., Abdullayev M. K. Raqamli iqtisodiyot. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2023; Porsaev G‘. M., Safarov B. Sh., Usmanova D. Q. Raqamli iqtisodiyot asoslari. — 2020.

определены совершенствование методики комплексной оценки финансовой устойчивости предприятий СМИ на основе традиционных финансовых и цифровых индикаторов, разработка цифровой модели диверсификации доходов, совершенствование механизма управления инвестиционными рисками, а также научное обоснование институционально-правовых и экономических механизмов укрепления финансовой устойчивости.

Связь диссертационного исследования с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Данная диссертация выполнена в Ташкентском международном университете в 2025/2026 годах в рамках планов научно-исследовательских работ.

Целью исследования является разработка научно-практических предложений и рекомендаций по эффективному использованию современных технологий для повышения финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации.

Задачи исследования:

уточнение экономического содержания финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации и исследование её теоретических основ в условиях цифровой экономики;

анализ научных подходов, критериев и системы показателей оценки финансовой устойчивости с учётом отраслевых особенностей предприятий СМИ;

оценка влияния цифровой трансформации на доходы, расходы, денежные потоки и эффективность финансового управления предприятий СМИ;

выявление внутренних и внешних факторов, влияющих на финансовую устойчивость предприятий СМИ, и классификация финансовых рисков, связанных с цифровыми технологиями;

анализ нормативно-правовых и институциональных основ деятельности предприятий СМИ в Узбекистане и их влияния на финансовую устойчивость;

обоснование на основе зарубежного опыта возможностей диверсификации доходов, цифровой рекламы, платной подписки, монетизации контента и использования платформенных бизнес-моделей на предприятиях СМИ.

Объектом исследования выбрана деятельность предприятий средств массовой информации, функционирующих в Республике Узбекистан, связанная с повышением их финансовой устойчивости посредством использования современных технологий.

Предметом исследования являются экономические отношения, возникающие в процессе использования современных технологий для повышения финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации.

Методы исследования. В процессе исследования использованы системный и сравнительный анализ, научное обобщение, экономико-статистический анализ, анализ финансовых коэффициентов, горизонтальный и вертикальный анализ, динамический и трендовый анализ, факторный анализ DuPont, оценка рентабельности инвестиций (ROI) и срока окупаемости, экономическое моделирование и прогнозирование.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

на примере телеканала «Ёшлар» усовершенствована комплексная методика, основанная на взаимосвязанной оценке финансовой устойчивости предприятий СМИ с помощью традиционных финансовых коэффициентов и показателей цифровой аудитории;

с учётом особенностей потребления цифровых медиа молодёжной аудиторией разработана модель диверсификации цифровых доходов, объединяющая платформенную монетизацию, таргетированную рекламу, брендовые партнёрства, онлайн-проекты и гранты;

разработан механизм оценки инвестиций в цифровую инфраструктуру на основе критериев «доходность–риск–срок окупаемости» и управления финансовыми рисками;

научно обоснован комплекс институционально-правовых и организационно-экономических механизмов, направленных на обеспечение финансовой устойчивости молодёжно-ориентированных предприятий СМИ в условиях цифровой трансформации.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

сформирована система показателей мониторинга и диагностики, служащая совместному отслеживанию коэффициентов финансовой устойчивости, активности цифровой аудитории, доходов и рентабельности контента, а также своевременному выявлению финансовых рисков;

разработаны практические рекомендации по снижению зависимости от традиционных рекламных доходов, формированию дополнительных финансовых источников за счёт цифровых платформ, брендовых партнёрств, онлайн-проектов и грантов, а также по управлению портфелем доходов;

разработан порядок оценки, служащий отбору и приоритизации инвестиционных проектов в цифровую инфраструктуру на основе рентабельности, уровня риска и срока окупаемости, а также эффективному распределению финансовых ресурсов;

разработаны практические предложения и рекомендации по финансированию медиапроектов на основе современных технологий, привлечению частных инвестиций и грантов, экономическому стимулированию и использованию возможностей государственно-частного партнёрства.

Достоверность результатов исследования. Объясняется соответствием применённых в диссертации методов системного и сравнительного анализа, экономико-статистического анализа, финансовых

коэффициентов, горизонтального и вертикального анализа, факторного анализа DuPont, экономического моделирования и прогнозирования цели исследования, использованием официальных данных Национального комитета по статистике Республики Узбекистан, соответствующих государственных органов и международных организаций, финансовых показателей предприятий СМИ и нормативно-правовых документов отрасли, а также рассмотрением разработанных научно-практических предложений применительно к деятельности АО «Творческое объединение «Ёшлар»» и ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения».

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования объясняется совершенствованием теоретико-методологических подходов к повышению финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации, разработкой критериев комплексной оценки на основе финансовых и цифровых показателей, а также развитием научных взглядов на определение экономической эффективности использования современных технологий. Кроме того, в исследовании во взаимосвязи изучены механизмы диверсификации доходов, управления инвестиционными рисками и эффективного использования финансовых ресурсов, а полученные результаты могут служить теоретико-методологической основой для дальнейших научных исследований, направленных на повышение финансовой устойчивости предприятий СМИ.

Практическая значимость результатов исследования определяется возможностью использования разработанных предложений и рекомендаций при оценке финансового состояния предприятий средств массовой информации, диверсификации источников дохода, оптимизации расходов и повышении эффективности цифровых инвестиций. В частности, предложенные методика комплексной оценки, модель цифровых доходов и механизмы управления инвестиционными рисками могут быть использованы при совершенствовании финансового управления АО «Творческое объединение «Ёшлар»» и аналогичных медиапредприятий, а также при оценке инвестиций в цифровую инфраструктуру с учётом специфики деятельности ООО «ЦРРТ». Кроме того, результаты исследования могут использоваться в высших образовательных учреждениях при преподавании дисциплин «Финансы», «Корпоративные финансы», «Финансовый анализ» и «Цифровая экономика», а также при совершенствовании их учебно-методического обеспечения.

Внедрение результатов исследования. На основе полученных научных результатов по использованию современных технологий для повышения финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации:

предложение по совершенствованию комплексной методики, основанной на взаимосвязанной оценке финансовой устойчивости предприятий СМИ с помощью традиционных финансовых коэффициентов и

показателей цифровой аудитории на примере телеканала «Ёшлар», внедрено в практику оценки финансового состояния, анализа показателей цифровой аудитории и мониторинга эффективности распространения контента АО «Творческое объединение «Ёшлар»», а также в практику оценки деятельности инфраструктуры цифровой эфирной передачи и показателей финансовой устойчивости ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» (справки АО «Творческое объединение «Ёшлар»» от 14 июля 2026 года № 14-01-155 и ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» от 20 июля 2026 года № 1-17/26). Обосновано, что внедрение данного предложения позволяет повысить коэффициент финансовой устойчивости телеканала «Ёшлар» на 15–20 процентов и сократить расходы на распространение контента на 20–25 процентов. В ООО «ЦРРТ» отмечено, что коэффициент финансовой устойчивости филиалов, перешедших на систему цифровой эфирной передачи DVB-T2, на 15–20 процентов выше, чем у филиалов с аналоговой системой, а операционные расходы снизились на 20–25 процентов;

модель диверсификации цифровых доходов, объединяющая платформенную монетизацию, таргетированную рекламу, брендовые партнёрства, онлайн-проекты и гранты с учётом особенностей потребления цифровых медиа молодёжной аудиторией, внедрена в практику монетизации цифрового контента, расширения рекламных доходов и формирования дополнительных источников финансирования АО «Творческое объединение «Ёшлар»», а также в практику цифрового эфирного вещания, развития услуг мультиплекс-оператора и коммерческого использования телекоммуникационной инфраструктуры ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» (справки АО «Творческое объединение «Ёшлар»» от 14 июля 2026 года № 14-01-155 и ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» от 20 июля 2026 года № 1-17/26). В результате внедрения данной модели обоснована возможность снижения зависимости телеканала «Ёшлар» от доходов традиционной эфирной рекламы на 25–30 процентов и увеличения доли доходов, формируемых на цифровых платформах. В ООО «ЦРРТ» показана возможность доведения доли доходов от внебюджетных коммерческих услуг до 30–35 процентов общих доходов;

механизм оценки инвестиций в цифровую инфраструктуру на основе критериев «доходность–риск–срок окупаемости» и управления финансовыми рисками внедрён в практику модернизации инфраструктуры производства цифрового контента, отбора инвестиционных проектов и управления финансовыми рисками АО «Творческое объединение «Ёшлар»», а также в практику оценки эффективности инвестиций в оборудование цифровой эфирной передачи и учёта рисков, связанных с технологическим устареванием и амортизацией, ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» (справки АО «Творческое объединение «Ёшлар»» от 14 июля 2026 года № 14-01-155 и ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» от 20 июля 2026 года № 1-17/26). На основе расчётов показано, что в результате внедрения

данного механизма средний срок окупаемости инвестиций в инфраструктуру цифрового контента телеканала «Ёшлар» может быть сокращён с 3–4 лет до 2 лет, а срок окупаемости инвестиций в оборудование цифровой эфирной передачи ООО «ЦРРТ» – с 5–7 до 3–4 лет;

предложения по совершенствованию комплекса институционально-правовых и организационно-экономических механизмов, направленных на обеспечение финансовой устойчивости молодёжно-ориентированных предприятий СМИ в условиях цифровой трансформации, внедрены в практику финансирования цифровых медиапроектов, привлечения частных инвестиций и грантовых средств, экономического стимулирования и использования возможностей государственно-частного партнёрства АО «Творческое объединение «Ёшлар»», а также в практику модернизации инфраструктуры цифровой эфирной передачи, стимулирования инвестиций, совершенствования амортизационной политики и развития государственно-частного партнёрства ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» (справки АО «Творческое объединение «Ёшлар»» от 14 июля 2026 года № 14-01-155 и ООО «Центр радиосвязи, радиовещания и телевидения» от 20 июля 2026 года № 1-17/26). Прогнозируется, что внедрение данных предложений позволит расширить источники финансирования, эффективно использовать инвестиционные ресурсы, развивать цифровую инфраструктуру и укрепить финансовую устойчивость обеих организаций с учётом особенностей их деятельности.

Апробация результатов исследования. Научно-практические результаты диссертации обсуждены на 3 международных и 2 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано всего 13 научных работ, в том числе 8 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, из них 7 – в республиканских и 1 – в зарубежных журналах. Кроме того, из 5 тезисов 3 опубликованы в материалах международных и 2 – республиканских научно-практических конференций.

Структура и объём диссертации. Диссертация состоит из введения, трёх глав, выводов по главам, общего заключения и предложений, а также списка использованной литературы. Общий объём работы составляет 155 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, разъяснены соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики, степень изученности проблемы, цель и задачи, объект и предмет исследования, его научная новизна и практические результаты, освещена научно-практическая значимость полученных результатов, приведены сведения о внедрении результатов исследования, опубликованных работах, структуре и объёме диссертации.

В первой главе диссертации, озаглавленной **«Теоретические основы финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации и использования современных технологий»**, исследованы экономическое влияние современных технологий на деятельность СМИ, сущность и критерии оценки финансовой устойчивости, а также принципы цифрового управления. Обосновано, что цифровизация в медиапредприятиях меняет процессы формирования доходов, распространения контента и управления расходами.

Цифровая трансформация одновременно влияет на финансовую устойчивость медиапредприятий через несколько каналов. В частности, диверсификация источников дохода от традиционной рекламной модели в сторону цифровой монетизации, платформенной рекламы, платного контента и других цифровых услуг, с одной стороны, создаёт новые финансовые возможности, а с другой – приводит к росту расходов, связанных с технологической инфраструктурой, производством контента и привлечением аудитории. Поэтому при оценке финансовой устойчивости предприятий СМИ усиливается необходимость учитывать не только классические финансовые показатели, но и долю цифровых доходов, активность аудитории и эффективность использования платформ.

Для оценки экономического масштаба этих процессов важное значение имеет сравнительный анализ динамики доходов мировой медиаиндустрии и изменения доли цифровых форматов на рекламном рынке. Эти показатели отражают темпы перехода медиабизнеса к цифровой модели, структурные сдвиги в составе доходов и роль цифровой монетизации в обеспечении финансовой устойчивости.

На мировом медиарынке процессы цифровой трансформации приобретают всё более ощутимый характер и с точки зрения экономического масштаба. По данным PwC, доходы мировой индустрии развлечений и медиа в 2024 году составили 2,9 трлн долларов США, а к 2029 году этот показатель, по прогнозам, достигнет 3,5 трлн долларов США. Рекламный рынок выступает одним из важных драйверов этого роста, причём особенно быстро расширяется доля цифровых рекламных форматов. В частности, если в 2024 году цифровые форматы составляли 72 процента всех рекламных доходов, то в 2029 году их доля, как ожидается, достигнет 80 процентов. Эта тенденция показывает, что формирование доходов медиапредприятий поэтапно переходит от традиционной модели к механизмам платформенной и цифровой монетизации. В результате диверсификация рекламных доходов, повышение

эффективности работы с цифровой аудиторией и монетизация контента через различные платформы становятся одними из важных факторов обеспечения долгосрочной финансовой устойчивости медиапредприятий.

Таблица 1

Отдельные экономические показатели цифровой трансформации в мировой медиаиндустрии[26]

Показатель	2024 г.	Прогноз на 2029 г.	Финансовое содержание
Мировой доход E&M	2,9 трлн долл. США	3,5 трлн долл. США	Расширение экономического масштаба медиабизнеса
Доля цифровых форматов в рекламных доходах	72 %	80 %	Усиление приоритета цифровой монетизации
Отношение рекламы Connected TV к традиционной эфирной ТВ-рекламе	22 %	45 %	Перераспределение стоимости телевизионной рекламы по платформам

Смещение медиадоходов в цифровой сегмент ставит перед предприятиями СМИ две важные финансовые задачи. Во-первых, существующим рекламным инвентарём необходимо управлять не только как эфирным временем, но и как аудиторным продуктом, измеряемым в разрезе платформ. Во-вторых, расходы, направляемые на цифровой контент, аналитику, SMM и платформенные услуги, должны контролироваться во взаимосвязи с их экономической отдачей.

По данным Reuters Institute Digital News Report 2025, в разрезе всех рынков доля потребления новостей через социальное видео выросла с 52 процентов в 2020 году до 65 процентов в 2025 году, а потребление новостного видео любого типа – с 67 до 75 процентов[27]. Данная тенденция наряду с охватом аудитории превращает в предмет финансового управления также зависимость от платформ, источники трафика и устойчивость цифровых рекламных доходов.

В научной литературе по медиаэкономике финансовая устойчивость связывается с диверсификацией источников дохода, управлением расходами, монетизацией ценности контента и формированием устойчивых экономических отношений с аудиторией. Р. Г. Пикард подчёркивает необходимость анализа финансовых ресурсов и модели доходов медиапредприятий в увязке с отраслевыми особенностями, а Л. Кюнг – важность связи цифровых платформ и поведения аудитории с бизнес-моделью в стратегическом управлении. Эти подходы показывают необходимость

[26] Сформировано автором на основе данных PwC Global Entertainment & Media Outlook 2025–2029.

[27] Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2025: Executive Summary. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2025.

оценивать финансовую устойчивость медиапредприятий не только соотношением текущих доходов и расходов, но и способностью адаптироваться к изменчивой цифровой среде. В этом отношении монетизация контента на различных платформах, превращение активности аудитории в экономическую ценность и балансировка портфеля доходов приобретают важное значение для долгосрочного устойчивого развития медиапредприятий[28].

Таблица 2

Интеграция традиционных и цифровых индикаторов при оценке финансовой устойчивости предприятий СМИ[29]

Финансовый критерий	Традиционный показатель	Цифровой/медиаиндикатор	Управленческое решение
Ликвидность	Текущая и быстрая ликвидность	Расходы на цифровые кампании и цикл монетизации	Согласование краткосрочных платежей и бюджета контента
Финансовая независимость	Доля собственного капитала	Зависимость от доходов платформ	Диверсификация портфеля доходов
Рентабельность	ROA, ROE, рентабельность продаж	Рентабельность контента, доход по платформам	Перераспределение контентных и рекламных форматов
Денежный поток	Операционный и свободный денежный поток	Динамика поступлений от цифровой монетизации	Управление резервом ликвидности и графиком инвестиций
Риск	Долговая нагрузка и процентные расходы	Технологическое устаревание, миграция аудитории	Приоритизация инвестиций с учётом риска

На этой основе в исследовании финансовая устойчивость предприятия СМИ трактуется как комплексная категория, выражающая способность предприятия своевременно исполнять текущие обязательства, устойчиво формировать доходы и денежные потоки, адаптироваться к финансовым и цифровым рискам, осуществлять цифровые инвестиции с приемлемой отдачей и создавать экономическую ценность на различных платформах.

Во второй главе диссертации, озаглавленной **«Анализ финансового состояния предприятий средств массовой информации в условиях использования современных технологий»**, проанализированы тенденции использования современных технологий, динамика показателей финансовой устойчивости предприятий СМИ, а также изменения в структуре доходов и расходов телевизионных предприятий. В частности, проведена сравнительная оценка финансово-цифровых индикаторов телеканала «Ёшлар» и отдельных тарифов на услуги телевизионной рекламы.

[28] Picard R.G. The Economics and Financing of Media Companies. New York: Fordham University Press, 2011; Küng L. Strategic Management in the Media. London: SAGE Publications, 2017.

[29] Разработано автором на основе подходов медиаэкономики и корпоративных финансов.

По данным Национального комитета по статистике, доля населения Узбекистана, пользующегося интернетом, выросла с 76,6 процента в 2021 году до 93,3 процента в 2024 году, а в январе–августе 2025 года достигла 94,2 процента. Данная динамика свидетельствует о высоком уровне сформированности базы цифровой аудитории и усиливает для предприятий СМИ необходимость развития платформенного распространения, цифровой рекламы и монетизации контента как самостоятельного направления финансового управления. Структура рекламного рынка Узбекистана в 2024 году также экономически подтверждает эту тенденцию: 51 процент рынка пришёлся на телевизионную рекламу, 29 процентов – на цифровую рекламу и 20 процентов – на наружную рекламу. Весомая доля цифровой рекламы усиливает для телевизионных предприятий необходимость дополнять эфирную рекламу цифровыми форматами, платформенной монетизацией и брендовыми интеграциями.

При эмпирической оценке финансовой устойчивости телеканала «Ёшлар» во взаимосвязи проанализированы основные финансовые коэффициенты и динамика цифровых доходов за 2022–2024 годы. Данный подход позволяет совместно рассматривать ликвидность, финансовую независимость, рентабельность, денежный поток и долю цифровой рекламы.

Таблица 3

Динамика показателей финансовой устойчивости телеканала «Ёшлар», 2022–2024 годы[30]

Показатель	2022	2023	2024	Динамика
Коэффициент текущей ликвидности	1,12	1,22	1,33	Положительный рост
Коэффициент финансовой независимости	0,57	0,56	0,56	Относительно стабильно
Рентабельность продаж	7,86 %	8,85 %	8,58 %	Положительный уровень
Рентабельность активов (ROA)	6,67 %	7,66 %	7,43 %	Положительный уровень
Маржа операционного денежного потока	11,73 %	13,02 %	14,16 %	Рост
Доля цифровой рекламы	9,88 %	13,54 %	16,81 %	Устойчивый рост

Согласно данным таблицы, на телеканале «Ёшлар» коэффициент текущей ликвидности вырос с 1,12 до 1,33, маржа операционного денежного потока – с 11,73 до 14,16 процента, а доля цифровой рекламы в общих доходах – с 9,88 до 16,81 процента. Сохранение коэффициента финансовой независимости на уровне около 0,56–0,57 свидетельствует об относительной стабильности структуры капитала. Эти результаты эмпирически

[30] Сформировано автором на основе данных таблицы «Коэффициенты финансовой устойчивости на примере Yoshlar TV».

обосновывают необходимость анализа финансовых показателей совместно с цифровыми индикаторами.

В диссертации при оценке цифровых источников дохода предприятий СМИ отдельно проанализирована стоимость рекламных продуктов в разрезе платформ. Сравнение на основе прайс-листов ZO‘R TV и телеканала «Ёшлар» показывает, что интегрированные в контент рекламные форматы обладают более высокой коммерческой стоимостью по сравнению с простыми короткими форматами.

Таблица 4

Сравнительные показатели отдельных тарифов на цифровую рекламу в прайс-листах ZO‘R TV и «Ёшлар» TV[31]

Продукт цифровой рекламы	ZO‘R TV, млн сумов	«Ёшлар» TV, млн сумов	Сравнительное экономическое содержание
Native video	4,0	3,5	Интегрированный в контент формат высокой стоимости
Видеообращение	3,0	2,5	Формат, опирающийся на ведущего и капитал бренда
Баннер на сайте	2,5	2,0	Инструмент монетизации веб-аудитории
Stories	0,5	0,45	Краткосрочный, быстро измеряемый контакт с аудиторией

Сравнительные данные показывают, что для увеличения доходов от цифровой рекламы важнее развивать контентные продукты с высокой добавленной стоимостью, чем увеличивать количество рекламных форматов. Это усиливает необходимость диверсификации источников дохода в разрезе платформ и рекламных продуктов.

Эмпирический анализ во второй главе позволил оценить влияние цифровой трансформации на финансовую устойчивость на основе финансовых показателей телеканала «Ёшлар» и коммерческой стоимости продуктов цифровой рекламы. Полученные результаты служат эмпирической основой для разработки в третьей главе механизмов комплексной оценки, диверсификации доходов, управления цифровыми инвестициями и институциональной поддержки.

В третьей главе диссертации, озаглавленной **«Современные направления и перспективы повышения финансовой устойчивости предприятий средств массовой информации»**, обоснованы диверсификация доходов посредством цифровых платформ и новых бизнес-моделей, система мониторинга, объединяющая финансовые и цифровые показатели, оценка инвестиционных рисков, а также механизмы институционально-правовой и организационно-экономической поддержки. При этом телеканал «Ёшлар» как

[31] Сформировано автором на основе прайс-листов ZO‘R TV и «Ёшлар» TV.

организация-производитель контента и ООО «ЦРРТ» как оператор инфраструктуры эфирной передачи сопоставлены с подходами, соответствующими их экономическим функциям.

Научная основа первой научной новизны опирается на взаимосвязанную эмпирическую оценку динамики финансовых и цифровых показателей телеканала «Ёшлар» за 2022–2024 годы. Согласно результатам анализа, коэффициент текущей ликвидности вырос с 1,12 до 1,33, маржа операционного денежного потока – с 11,73 до 14,16 процента, доля цифровой рекламы в общих доходах – с 9,88 до 16,81 процента, а коэффициент финансовой независимости стабильно сохранялся в диапазоне 0,56–0,57. Данная динамика показывает, что положительные изменения в финансовом состоянии телеканала происходят одновременно с расширением цифровой деятельности, и обосновывает необходимость включения факторов цифровой трансформации в анализ финансовой устойчивости. Поэтому целесообразно оценивать финансовую устойчивость не только на основе традиционных финансовых коэффициентов, но и в увязке с охватом аудитории, активностью пользователей, уровнем монетизации, долей цифровой рекламы, экономической эффективностью контента на различных платформах и расходами на производство цифрового контента.

ЕДИНАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ + ЦИФРОВЫХ ИНДИКАТОРОВ			
ФИНАНСОВЫЙ БЛОК	**ЦИФРОВОЙ БЛОК**	**ИНТЕГРАЦИЯ**	**УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ**
Ликвидность Финансовая независимость Рентабельность Денежный поток	Охват Активность аудитории Монетизация Расходы на контент	Нормализация Сравнение Выявление отклонений Оценка взаимосвязи	Устойчивое состояние Зона осторожности Зона риска Оперативное решение
ЭМПИРИЧЕСКАЯ ОСНОВА: текущая ликвидность 1,12 → 1,33 | маржа операционного денежного потока 11,73% → 14,16% | доля цифровой рекламы 9,88% → 16,81%			
ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЗУЛЬТАТ: коэффициент финансовой устойчивости +15–20%; расходы на распространение контента –20–25%			

Рисунок 1. Механизм комплексной оценки финансовых и цифровых индикаторов предприятий СМИ[32]

Особенно регулярное отслеживание финансовых и цифровых показателей в единой системе позволяет на ранней стадии выявлять положительные и отрицательные тенденции в деятельности телеканала, оценивать изменения в структуре доходов, контролировать эффективность расходов и оперативно диагностировать внутренние факторы, влияющие на финансовую устойчивость. Такой комплексный подход служит не только

[32] Разработано автором.

оценке текущего финансового состояния, но и определению экономической эффективности управленческих решений на основе динамики цифровой аудитории и результатов монетизации. В результате расширяются возможности руководства телеканала принимать решения на основе данных по использованию финансовых ресурсов, планированию расходов на цифровой контент и оптимизации источников дохода. В этом отношении объединение финансовых и цифровых индикаторов в единую интегрированную систему диагностики составляет научно-методическую основу совершенствования методики оценки финансовой устойчивости на примере телеканала «Ёшлар».

Предложенный механизм обеспечивает переход от практики раздельного отслеживания финансовых и цифровых данных к единой интегрированной управленческой диагностике. В данном подходе такие традиционные показатели, как ликвидность, рентабельность, денежные потоки и финансовая независимость, анализируются во взаимосвязи с охватом аудитории, активностью пользователей, уровнем монетизации, долей цифровой рекламы и расходами на распространение контента. При этом одновременно отслеживаются, в какой мере рост показателей цифровой аудитории или монетизации превращается в реальные финансовые результаты, эффективность дополнительных цифровых расходов в создании дохода, а также влияние технологических и рыночных рисков на финансовую устойчивость. В результате система управления не ограничивается лишь фиксацией текущего финансового состояния, а позволяет на ранней стадии выявлять проблемные тенденции, оценивать экономическую эффективность расходов и принимать оперативные управленческие решения по цифровой деятельности. Особенно объединение финансовых и цифровых KPI в единую систему мониторинга позволяет напрямую связать контентную стратегию телеканала, деятельность по платформам и результаты монетизации с финансовой устойчивостью. В справке о внедрении отмечена возможность повышения коэффициента финансовой устойчивости на 15–20 процентов и сокращения расходов на распространение контента на 20–25 процентов в результате внедрения данного подхода. Эти результаты показывают значение интегрированной системы диагностики не только как аналитического, но и как практического инструмента управления, обеспечивающего эффективное использование финансовых ресурсов.

Эмпирическая основа второй научной новизны опирается на взаимосвязанную оценку структурных сдвигов на внешнем рекламном рынке, динамики внутренних цифровых доходов телеканала и коммерческой стоимости рекламных продуктов. То, что в 2024 году 29 процентов рекламного рынка Узбекистана пришлось на цифровую рекламу, показывает поэтапную диверсификацию источников дохода медиапредприятий от традиционной эфирной рекламы к цифровым форматам. На телеканале «Ёшлар» доля цифровой рекламы в общих доходах также выросла с 9,88 процента в 2022 году до 16,81 процента в 2024 году, что подтверждает усиление роли цифровой монетизации в обеспечении финансовой устойчивости. Этот рост означает,

что в структуре доходов телеканала увеличивается вес цифровых источников, а переход аудитории на платформы непосредственно влияет и на финансовую модель. Стоимость native-видео в прайс-листе телеканала, составляющая 3,5 млн сумов, по сравнению с тарифом на фотопост и stories в 0,45 млн сумов показывает, что данный формат обладает примерно в 7,8 раза более высокой коммерческой стоимостью. Это обосновывает необходимость дифференцировать рекламные продукты не только по типу формата, но и по их потенциалу привлечения аудитории, уровню интеграции с контентом и возможностям монетизации. Эффективное использование высокостоимостных native- и видеоформатов позволяет повысить экономическую рентабельность рекламного инвентаря, увеличить доход с одной рекламной единицы и полнее использовать коммерческий потенциал цифровых платформ. С этой точки зрения объединение в едином портфеле доходов платформенной монетизации, таргетированной рекламы, брендовых партнёрств, native-интеграций, онлайн-проектов, а также грантовых и спонсорских средств выступает важным направлением снижения зависимости предприятий СМИ от традиционного рекламного источника, стабилизации потоков доходов и расширения базы цифровых доходов. Такая диверсифицированная модель служит взаимному уравновешиванию влияния сезонности различных источников дохода и рыночных колебаний, повышению финансовой гибкости телеканала и формированию долгосрочного устойчивого портфеля доходов.

<table>
<tr><th colspan="5">СДВИГ РЫНКА + ВНУТРЕННЯЯ МОНЕТИЗАЦИЯ + ВЫСОКОСТОИМОСТНЫЕ ФОРМАТЫ</th></tr>
<tr><th colspan="2">РЫНОЧНЫЙ СИГНАЛ</th><th>ВНУТРЕННЯЯ ДИНАМИКА</th><th colspan="2">ТАРИФНЫЙ СИГНАЛ</th></tr>
<tr><td colspan="2">Рекламный рынок 2024
ТВ – 51%
Цифровая – 29%
Наружная – 20%</td><td>«Ёшлар» TV
Доля цифровой рекламы
9,88% → 13,54% → 16,81%</td><td colspan="2">Native-видео – 3,5 млн сумов
Видеопост – 2,5 млн сумов
Фото / Stories – 0,45 млн сумов</td></tr>
<tr><th colspan="5">ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫЙ ПОРТФЕЛЬ ДОХОДОВ</th></tr>
<tr><th>Монетизация платформ</th><th>Таргет/ реклама</th><th>Брендовые партнёрства</th><th>Онлайн-проекты</th><th>Гранты/ спонсорство</th></tr>
<tr><td colspan="5">РЕЗУЛЬТАТ: возможность снижения зависимости от традиционной эфирной рекламы на 25–30% и увеличения доли цифровых доходов</td></tr>
</table>

Рисунок 2. Эмпирически обоснованная модель диверсификации цифровых доходов на предприятиях СМИ[33]

Экономическая логика модели основана не на простом количественном увеличении источников дохода, а на управлении ими как единым портфелем

[33] Разработано автором.

доходов с различным уровнем риска, устойчивости и потенциала монетизации. При этом платформенные доходы, таргетированная и native-реклама, брендовые партнёрства, онлайн-проекты, гранты и спонсорские средства формируются как взаимодополняющие финансовые источники. Данный подход, с одной стороны, снижает высокую зависимость от традиционной эфирной рекламы, а с другой – позволяет смягчить влияние сезонности потока доходов и изменений конъюнктуры рекламного рынка. Особенно рост охвата и активности аудитории на цифровых платформах создаёт дополнительные экономические возможности для монетизации контента в различных форматах, сегментации рекламных продуктов и развития долгосрочного сотрудничества с брендами. В этом отношении модель диверсификации источников дохода выступает механизмом управления, служащим обеспечению финансовой устойчивости предприятия СМИ, усилению непрерывности денежных потоков и увеличению доли новых цифровых доходов. В справке о внедрении обосновано, что внедрение данной модели позволяет снизить зависимость от традиционной эфирной рекламы на 25–30 процентов.

Научно-методическая основа третьей научной новизны опирается на изменение структуры расходов, направлений капитальных вложений и инвестиционных приоритетов телевизионных предприятий в результате цифровой трансформации, а также на необходимость оценки цифровых проектов по критериям, отличным от традиционных капитальных вложений. В разработанной в диссертации авторской аналитической модели показано снижение доли расходов, связанных с инфраструктурой эфира и передачи, с 30 до 18 процентов, рост расходов на IT и платформенные услуги с 8 до 20 процентов, а расходов на маркетинг и анализ аудитории – с 10 до 14 процентов. Этот структурный сдвиг показывает, что цифровая трансформация является не процессом простого сокращения расходов, а процессом перераспределения финансовых ресурсов в пользу высокотехнологичных, основанных на данных и платформенных направлений деятельности. В результате изменение структуры расходов телевизионных предприятий требует пересмотра и инвестиционной политики, поскольку цифровая инфраструктура и средства производства контента требуют всё больше капитальных и управленческих ресурсов.

В таких условиях при принятии инвестиционных решений на телевизионных предприятиях недостаточно учитывать лишь потребность в техническом обновлении. Инвестиции в цифровое студийное оборудование, технологии монтажа и анимации, стриминговую инфраструктуру, системы аналитики аудитории, цифровые платформы и средства распространения контента должны оцениваться в неразрывной связи с их ожидаемой экономической отдачей, уровнем риска и сроком окупаемости. Это связано с тем, что цифровые инвестиции характеризуются дополнительными рисками, такими как высокие темпы технологического устаревания, быстрая миграция аудитории между платформами, изменчивость механизмов монетизации и неустойчивое формирование цифровых доходов. Поэтому при оценке эффективности инвестиций наряду с показателем ROI важное значение приобретает учёт в единой системе оценки таких факторов, как инвестиционный риск, вероятность технологического устаревания, миграция аудитории и срок окупаемости. Такой

подход позволяет сравнивать инвестиционные проекты не только по уровню технологической новизны, но и по их реальному экономическому вкладу в финансовую устойчивость предприятия.

Комплексное применение этих критериев позволяет ранжировать инвестиционные проекты по степени приоритетности, направлять финансовые ресурсы в проекты с высокой отдачей и приемлемым уровнем риска, осуществлять капитальные вложения поэтапно и предотвращать излишние затраты на малоэффективные проекты. Вместе с тем начало инвестиций с небольших пилотных проектов, оценка их первоначальных результатов и расширение на следующем этапе направлений с подтверждённой эффективностью служат снижению финансовых рисков. В результате повышается экономическая обоснованность инвестиционных решений, улучшается эффективность использования капитальных ресурсов, снижаются финансовые риски, связанные с технологическим обновлением, и ограничивается вероятность негативного влияния процесса цифровой модернизации на финансовую устойчивость предприятия.

Кроме того, регулярный мониторинг инвестиций по сроку окупаемости и ожидаемому уровню доходности позволяет руководству телеканала периодически пересматривать инвестиционный портфель, своевременно выявлять проекты, не достигающие ожидаемого результата, и перераспределять финансовые ресурсы в более эффективные направления. Данная система мониторинга служит организации инвестиционных решений не как разового выбора, а как непрерывного процесса управления, основанного на последовательности «оценка – внедрение – мониторинг – пересмотр». Это повышает инвестиционную гибкость телевизионных предприятий в условиях изменчивой цифровой среды.

ТРАНСФОРМАЦИЯ РАСХОДОВ → ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФИЛЬТР → ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ			
ТРАНСФОРМАЦИЯ РАСХОДОВ		**ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФИЛЬТР**	
Инфраструктура эфира / передачи	**30% → 18%**	**ROI**	ожидаемая экономическая отдача
IT и платформенные услуги	**8% → 20%**	**Риск**	технологическое устаревание + миграция аудитории
Маркетинг/анализ аудитории	**10% → 14%**	**Срок окупаемости**	3–4 года → до 2 лет

Рисунок 3. Механизм управления цифровыми инвестициями на основе критериев «доходность–риск–срок окупаемости»[34]

В этом отношении разработанный механизм составляет научно-методическую основу отбора, приоритизации и управления цифровыми инвестициями по критериям «доходность–риск–срок окупаемости» и служит рациональному использованию инвестиционных ресурсов на телевизионных

[34] Разработано автором.

предприятиях, ускорению оборота капитала, повышению финансовой результативности технологических обновлений и укреплению долгосрочной финансовой устойчивости.

Механизм, представленный на данном рисунке, неразрывно связывает изменение структуры расходов в процессе цифровой трансформации с критериями отбора инвестиционных решений. При этом снижение расходов, связанных с инфраструктурой эфира и передачи, и, напротив, рост ресурсов, направляемых на IT и платформенные услуги, маркетинг и анализ аудитории, порождают необходимость оценивать инвестиции на телевизионных предприятиях не по традиционным критериям технического обновления, а с точки зрения экономической эффективности и финансового риска. Поэтому при выборе проектов цифровой инфраструктуры важное значение приобретает комплексный учёт таких критериев, как ROI, риск технологического устаревания, миграция аудитории, возможности монетизации и срок окупаемости. Данный подход позволяет ранжировать инвестиционные проекты по степени приоритетности, распределять финансовые ресурсы в направления с высокой экономической отдачей и приемлемым риском, а также повышать эффективность капитальных вложений. В результате инвестиционные решения принимаются не исходя из технологической потребности, а опираясь на соразмерность ожидаемого финансового результата и рисков. Основные критерии оценки данного механизма, их содержание и управленческие результаты систематизированы в следующей таблице.

Таблица 5

Основные результаты механизма управления инвестициями в цифровую инфраструктуру[35]

Критерий	Содержание оценки	Предлагаемый подход	Управленческий результат
ROI	Отношение результата инвестиций к вложенному капиталу	Оценка отдачи, связанной с денежным потоком	Приоритизация проектов с высокой экономической отдачей
Срок окупаемости	В базовом сценарии 3–4 года	В предлагаемом механизме до 2 лет	Ускорение оборота капитала на 1–2 года
Риск технологического устаревания	Быстрое обновление оборудования и платформ	Поэтапные инвестиции и модернизация	Снижение потерь от преждевременного устаревания
Риск миграции аудитории	Изменчивость трафика по платформам	Гибкая и многоплатформенная инфраструктура	Стабилизация потоков доходов
Принятие решений	Выбор, основанный на технологической потребности	ROI + риск + срок окупаемости совместно	Эффективное распределение финансовых ресурсов

[35] Разработано автором.

Критерии таблицы 5 выражают необходимость выбора цифровых инвестиций на основе ожидаемой экономической отдачи, технологического риска и срока окупаемости. В справке АО «Творческое объединение «Ёшлар»» показана возможность сокращения срока окупаемости инвестиций в контентную инфраструктуру с 3–4 лет примерно до 2 лет. В данных о внедрении по ООО «ЦРРТ» отмечена возможность сокращения этого срока по оборудованию цифровой эфирной передачи с 5–7 до 3–4 лет. Эти показатели относятся к различным объектам инвестиций, и их расчётная база и денежные потоки должны быть независимо подтверждены.

В рамках четвёртого научного направления обоснован подход, объединяющий финансирование технологической модернизации, привлечение грантов и частных инвестиций, экономическую оценку возможностей государственно-частного партнёрства и цифровой мониторинг в целях повышения финансовой устойчивости предприятий СМИ. На телеканале «Ёшлар» данный механизм должен применяться к контентным и рекламным проектам, а в ООО «ЦРРТ» – к крупным инвестициям в эфирную инфраструктуру. Сценарий на 2026–2028 годы, составленный на основе финансовых и цифровых показателей телеканала «Ёшлар», трактуется не как фактически достигнутый результат, а как условный прогноз.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ И УСЛОВНЫЙ ПРОГНОЗ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ			
Целевое финансирование	**Гранты и частные инвестиции**	**Государственно-частное партнёрство**	**Экономическое стимулирование**
МОНИТОРИНГ: текущая ликвидность + операционный денежный поток + доля цифровых доходов + KPI аудитории			
Показатель	**2024 (факт)**	**2026 прогноз**	**2028 прогноз**
Коэффициент текущей ликвидности	1,33	1,54	1,75
Маржа операционного денежного потока	14,16%	16,62%	19,05%
Доля цифровой рекламы	16,81%	23,81%	30,74%
Результат прогноза: укрепление ликвидности и денежного потока + расширение базы цифровых доходов + эффективное использование институциональных ресурсов			

Рисунок 4. Организационно-экономический механизм и перспективные показатели использования современных технологий для повышения финансовой устойчивости предприятий СМИ[36]

Согласно условному трендовому сценарию, сформированному на основе динамики финансовых показателей за 2022–2024 годы, коэффициент текущей ликвидности телеканала «Ёшлар» оценивается на уровне 1,54 в 2026

[36] Разработано автором.

году и 1,75 в 2028 году, маржа операционного денежного потока – соответственно 16,62 и 19,05 процента, доля доходов от цифровой рекламы – 23,81 и 30,74 процента. Результаты данного прогноза отражают перспективные возможности диверсификации структуры доходов, эффективного управления денежными потоками и использования современных технологий в укреплении финансовой устойчивости. Однако ограниченность периода наблюдения тремя годами может повлиять на точность прогнозных показателей. Поэтому эти значения следует трактовать не как фактически достигнутые экономические результаты, а как перспективный сценарий, основанный на определённых допущениях. Для определения их практической обоснованности важное значение имеет дополнительный анализ исходных финансовых данных, инвестиционных расходов и ожидаемых денежных потоков.

Таким образом, в третьей главе обобщены четыре основных научных направления: методика комплексной оценки, направленная на повышение финансовой устойчивости предприятий СМИ, модель диверсификации доходов, эффективность цифровых инвестиций и управление финансовыми рисками, а также совершенствование институционально-правовых и организационно-экономических механизмов. Практическая значимость разработанных в исследовании подходов обоснована с учётом экономических и технологических особенностей деятельности АО «Творческое объединение «Ёшлар»» и ООО «ЦРРТ». При этом для телеканала приоритетными направлениями определены монетизация цифрового контента и расширение портфеля доходов, а для ООО «ЦРРТ» – модернизация инфраструктуры эфирной передачи и оптимизация эксплуатационных расходов. Взаимное согласование данных научно-практических подходов служит методической основой для повышения эффективности использования финансовых ресурсов, снижения инвестиционных рисков и укрепления долгосрочной финансовой устойчивости предприятий СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследований, проведённых в диссертационной работе, разработаны следующие научные выводы, предложения и практические рекомендации:

По результатам исследования обосновано, что финансовая устойчивость предприятий средств массовой информации является комплексной экономической категорией, не ограничивающейся лишь объёмом доходов или показателями прибыли. Определена необходимость учитывать при её оценке наряду с ликвидностью, финансовой независимостью, рентабельностью и денежными потоками также долю цифровых доходов, активность аудитории и рентабельность контента.

Установлено, что использование современных технологий на предприятиях СМИ расширяет возможности диверсификации источников дохода, многоплатформенного распространения контента и эффективного

управления финансовыми ресурсами. Вместе с тем зависимость от традиционных рекламных доходов, рост расходов на цифровую инфраструктуру и инвестиционные риски оценены как важные факторы, влияющие на финансовую устойчивость.

На основе финансовых показателей телеканала «Ёшлар» за 2022–2024 годы усовершенствована методика комплексной оценки, объединяющая традиционные финансовые коэффициенты и цифровые индикаторы. Установлено, что за анализируемый период коэффициент текущей ликвидности вырос с 1,12 до 1,33, а доля цифровой рекламы – с 9,88 до 16,81 процента. Эти результаты обосновывают практическую значимость мониторинга финансовых и цифровых показателей в единой системе.

В целях повышения финансовой устойчивости предприятий СМИ разработана модель диверсификации доходов, объединяющая традиционную рекламу, платформенную монетизацию, таргетированную рекламу, брендовые партнёрства, онлайн-проекты, а также грантовые и спонсорские источники. Данная модель служит расширению портфеля доходов, снижению зависимости от отдельных финансовых источников и эффективному использованию экономического потенциала цифровой аудитории.

Для повышения эффективности цифрового финансового управления предложено объединить бухгалтерский учёт, рекламные договоры, расходы на контент, дебиторскую задолженность, операционные денежные потоки и аналитику аудитории в интегрированной системе мониторинга. Данный подход позволяет заблаговременно выявлять финансовые риски, контролировать расходы и повышать экономическую обоснованность управленческих решений.

Разработан механизм комплексного применения критериев «доходность–риск–срок окупаемости» при оценке эффективности инвестиций в цифровую инфраструктуру. При этом обоснована необходимость учёта ожидаемой экономической отдачи инвестиций, риска технологического устаревания, амортизационных расходов и денежных потоков. Определена адаптация данного механизма к особенностям деятельности телеканалов – производителей контента и операторов инфраструктуры эфирной передачи.

Обосновано, что совершенствование институционально-правовых и организационно-экономических механизмов имеет важное значение для повышения финансовой устойчивости предприятий СМИ. В качестве приоритетных направлений определены монетизация цифрового контента и расширение рекламных доходов в АО «Творческое объединение «Ёшлар»», а в ООО «ЦРРТ» – модернизация инфраструктуры цифровой эфирной передачи, оптимизация эксплуатационных расходов и развитие коммерческих услуг.

На основе показателей телеканала «Ёшлар» за 2022–2024 годы сформирован условный прогнозный сценарий на 2026–2028 годы. В данном сценарии к 2028 году коэффициент текущей ликвидности оценён на уровне 1,75, маржа операционного денежного потока – 19,05 процента, доля цифровой рекламы – 30,74 процента. Эти показатели трактуются не как

фактически достигнутые результаты, а как перспективные расчёты, отражающие возможности повышения финансовой устойчивости.

Исходя из результатов исследования, рекомендованы регулярный мониторинг финансовых и цифровых показателей на предприятиях СМИ, диверсификация доходов, отбор инвестиционных проектов на основе критериев экономической эффективности, а также формирование источников финансирования в соответствии с особенностями деятельности предприятий. Реализация данных предложений послужит повышению эффективности использования современных технологий и укреплению долгосрочной финансовой устойчивости предприятий СМИ.

SCIENTIFIC COUNCIL DSc.03/2026.31.01.I.42.02
FOR AWARDING ACADEMIC DEGREES AT THE
TASHKENT INSTITUTE OF CHEMICAL TECHNOLOGY

TASHKENT INTERNATIONAL UNIVERSITY

SHARIPOVA SHAHLO ISTAMOVNA

WAYS OF USING MODERN TECHNOLOGIES TO ENHANCE THE FINANCIAL STABILITY OF MASS MEDIA ENTERPRISES

08.00.07 – "Finance, money circulation and credit"

ABSTRACT
of the dissertation of the Doctor of Philosophy (PhD) in economic sciences

Tashkent – 2026

The topic of the dissertation of the Doctor of Philosophy (PhD) has been registered by the Higher Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan under number B2026.1.PhD/Iqt6720.

The dissertation was completed at Tashkent International University.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) on the website of the Scientific Council (www.tkti.uz) and on the "ZiyoNet" information and educational portal (www.ziyonet.uz).

Scientific supervisor:	**Khusanov Ulugbek Nishonovich** DSc in Economics, Associate Professor
Official opponents:	**Kuziev Ravshan Ramazanovich,** DSc in Economics, Professor
	Kurbanova Maftuna Lazizovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Leading organization:	**Tashkent University of Applied Sciences**

The defense of the dissertation will be held on «25» 11 2026 at 11 at the meeting of the Scientific Council DSc.03/2026.31.01.I.42.02 for awarding academic degrees at the Tashkent Institute of Chemical Technology. Address: 100011, Tashkent city, Samarkand darvoza street, 60. Phone: (99871) 244-79-34; e-mail: info@tkti.uz

The dissertation can be reviewed at the Information Resource Center of the Tashkent Institute of Chemical Technology (registered under No. 462). Address: 100011, Tashkent city, A. Navoi street, 32. Phone: (99871) 244-79-34; e-mail: info@tkti.uz

The abstract of the dissertation was distributed on «11» 11 2026.

(Protocol at the register No. 20 dated «11» 11 2026)

D.N. Khusanov
Chairman of the Scientific Council for Awarding Academic Degrees, DSc in Economics, Professor

A.J. Khujamurodov
Scientific Secretary of the Scientific Council for Awarding Academic Degrees, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor

Sh.A. Khusainov
Chairman of the Scientific Seminar under the Scientific Council for Awarding Academic Degrees, DSc in Economics, Associate Professor

INTRODUCTION (abstract of the Doctor of Philosophy (PhD) dissertation)

The purpose of the study is to develop scientific and practical proposals and recommendations on the effective use of modern technologies to enhance the financial stability of mass media enterprises.

Research objectives:

to clarify the economic content of the financial stability of mass media enterprises and to study its theoretical foundations in the conditions of the digital economy;

to analyse scientific approaches, criteria and the system of indicators for assessing financial stability, taking into account the industry-specific features of mass media enterprises;

to assess the impact of digital transformation on the revenues, costs, cash flows and financial management efficiency of mass media enterprises;

to identify internal and external factors affecting the financial stability of mass media enterprises and to classify financial risks associated with digital technologies;

to analyse the regulatory, legal and institutional framework of mass media enterprises in Uzbekistan and its impact on their financial stability;

to substantiate, on the basis of foreign experience, the possibilities of revenue diversification, digital advertising, paid subscription, content monetization and the use of platform business models in mass media enterprises.

The object of the study is the activity of mass media enterprises operating in the Republic of Uzbekistan related to enhancing their financial stability through the use of modern technologies.

The subject of the study is the economic relations arising in the process of using modern technologies to enhance the financial stability of mass media enterprises.

Research methods. The study employs systemic and comparative analysis, scientific generalization, economic and statistical analysis, financial ratio analysis, horizontal and vertical analysis, dynamic and trend analysis, DuPont factor analysis, assessment of return on investment (ROI) and payback period, economic modelling and forecasting.

The scientific novelty of the study is as follows:

using the example of the “Yoshlar” TV channel, a comprehensive methodology has been improved based on the interrelated assessment of the financial stability of mass media enterprises through traditional financial ratios and digital audience indicators;

taking into account the specifics of digital media consumption by the youth audience, a digital revenue diversification model has been developed that combines platform monetization, targeted advertising, brand partnerships, online projects and grants;

a mechanism has been developed for assessing investments in digital infrastructure on the basis of the “profitability–risk–payback period” criteria and for managing financial risks;

a set of institutional, legal, organizational and economic mechanisms aimed at ensuring the financial stability of youth-oriented mass media enterprises in the conditions of digital transformation has been scientifically substantiated.

The practical results of the study are as follows:

a system of monitoring and diagnostic indicators has been formed for jointly tracking financial stability ratios, digital audience activity, revenues and content profitability, and for the timely identification of financial risks;

practical recommendations have been developed on reducing dependence on traditional advertising revenues, forming additional financial sources through digital platforms, brand partnerships, online projects and grants, and managing the revenue portfolio;

an assessment procedure has been developed for selecting and prioritizing investment projects in digital infrastructure on the basis of profitability, risk level and payback period, and for the efficient allocation of financial resources;

practical proposals and recommendations have been developed on financing media projects based on modern technologies, attracting private investments and grants, economic incentives and the use of public-private partnership opportunities.

Implementation of research results. On the basis of the scientific results obtained on the use of modern technologies to enhance the financial stability of mass media enterprises:

the proposal to improve the comprehensive methodology based on the interrelated assessment of the financial stability of mass media enterprises through traditional financial ratios and digital audience indicators, using the example of the “Yoshlar” TV channel, was implemented in the practice of assessing the financial condition, analysing digital audience indicators and monitoring the efficiency of content distribution of “Yoshlar” Creative Association JSC, as well as in the practice of assessing the operation of the digital broadcasting infrastructure and financial stability indicators of the “Radio Communication, Broadcasting and Television Centre” LLC (certificates of “Yoshlar” Creative Association JSC No. 14-01-155 dated 14 July 2026 and of the “Radio Communication, Broadcasting and Television Centre” LLC No. 1-17/26 dated 20 July 2026). It has been substantiated that the implementation of this proposal makes it possible to increase the financial stability ratio of the “Yoshlar” TV channel by 15–20 percent and to reduce content distribution costs by 20–25 percent. At RRTM LLC, it was noted that the financial stability ratio of branches that switched to the DVB-T2 digital terrestrial broadcasting system is 15–20 percent higher than that of branches using the analogue system, and operating costs decreased by 20–25 percent;

the digital revenue diversification model combining platform monetization, targeted advertising, brand partnerships, online projects and grants, taking into account the specifics of digital media consumption by the youth audience, was implemented in the practice of monetizing digital content, expanding advertising revenues and forming additional funding sources of “Yoshlar” Creative Association JSC, as well as in the practice of digital terrestrial broadcasting, developing multiplex operator services and the commercial use of telecommunications infrastructure of the “Radio Communication, Broadcasting and Television Centre”

LLC (certificates of “Yoshlar” Creative Association JSC No. 14-01-155 dated 14 July 2026 and of the “Radio Communication, Broadcasting and Television Centre” LLC No. 1-17/26 dated 20 July 2026). As a result of implementing this model, the possibility of reducing the dependence of the “Yoshlar” TV channel on traditional on-air advertising revenues by 25–30 percent and increasing the share of revenues generated from digital platforms has been substantiated. At RRTM LLC, the possibility of bringing the share of revenues from extra-budgetary commercial services up to 30–35 percent of total revenues has been shown;

the mechanism for assessing investments in digital infrastructure on the basis of the “profitability–risk–payback period” criteria and managing financial risks was implemented in the practice of modernizing the digital content production infrastructure, selecting investment projects and managing financial risks of “Yoshlar” Creative Association JSC, as well as in the practice of assessing the efficiency of investments in digital broadcasting equipment and taking into account the risks related to technological obsolescence and depreciation of the “Radio Communication, Broadcasting and Television Centre” LLC (certificates of “Yoshlar” Creative Association JSC No. 14-01-155 dated 14 July 2026 and of the “Radio Communication, Broadcasting and Television Centre” LLC No. 1-17/26 dated 20 July 2026). Calculations show that, as a result of implementing this mechanism, the average payback period of investments in the digital content infrastructure of the “Yoshlar” TV channel can be reduced from 3–4 years to 2 years, and at RRTM LLC the payback period of investments in digital broadcasting equipment can be reduced from 5–7 years to 3–4 years;

the proposals to improve the set of institutional, legal, organizational and economic mechanisms aimed at ensuring the financial stability of youth-oriented mass media enterprises in the conditions of digital transformation were implemented in the practice of financing digital media projects, attracting private investments and grant funds, economic incentives and the use of public-private partnership opportunities of “Yoshlar” Creative Association JSC, as well as in the practice of modernizing the digital broadcasting infrastructure, stimulating investments, improving depreciation policy and developing public-private partnership of the “Radio Communication, Broadcasting and Television Centre” LLC (certificates of “Yoshlar” Creative Association JSC No. 14-01-155 dated 14 July 2026 and of the “Radio Communication, Broadcasting and Television Centre” LLC No. 1-17/26 dated 20 July 2026). It is forecast that the implementation of these proposals will make it possible to expand funding sources, use investment resources efficiently, develop digital infrastructure and strengthen the financial stability of both organizations, taking into account the specifics of their activities.

Approbation of research results. The scientific and practical results of the dissertation were discussed at 3 international and 2 national scientific and practical conferences.

Publication of research results. A total of 13 scientific works have been published on the topic of the dissertation, including 8 articles in scientific publications recommended by the Higher Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan for publishing the main scientific results of doctoral dissertations, of

which 7 were published in national and 1 in foreign journals. In addition, of the 5 theses, 3 were published in the proceedings of international and 2 of national scientific and practical conferences.

Structure and scope of the dissertation. The dissertation consists of an introduction, three chapters, conclusions to the chapters, general conclusions and proposals, and a list of references. The total length of the work is 155 pages.

E’LON QILINGAN ISHLAR RO‘YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS
I bo‘lim (I часть, Part I)

1. Sharipova Sh.I. The Impact of Digital Transformation on the Revenue and Cost Structure of Media Enterprises, American Journal of Economics and Business Management.2026, Vol. 9 Issue 4, 305-311 p. https://globalresearchnetwork.us/index.php/ajebm/article/view/4780?utm_source=chatgpt.com (№12, Index Copernicus, OAK rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori)

2. Sharipova Sh.I. Теоретические взгляды на цифровую экономику, цифровую трансформацию, “Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot” ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal, 2025 yil, sentabr, 9-soni, 977-981 b. https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/journal/index.php/GED/article/view/7040 (№12, Index Copernicus, 08.00.00, OAK rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-son qarori)

3. Sharipova Sh.I. Ommaviy axborot vositalari korxonalarining raqamli va yashil iqtisodiyot sharoitidagi o‘rni va rivojlanish tamoyillari, “Muhandislik va iqtisodiyot” ijtimoiy iqtisodiy, innovatsion texnik, fan va ta’limga oid ilmiy-amaliy jurnal, 2026-yil, yanvar, 1-son, 807-811 b. https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal/article/view/1955 (№12, Index Copernicus, 08.00.00, OAK rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori).

4. Sharipova Sh.I. Raqamli iqtisodiyot sharoitida ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini ta’minlashning nazariy asoslari, “Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot” ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal, 2026-yil, aprel, 4-son, 257-261 b., https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/journal/index.php/GED/article/view/10177 (№12, Index Copernicus, 08.00.00, OAK rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-son qarori)

5. Sharipova Sh.I. Ommaviy axborot vositalari korxonalarining moliyaviy barqarorligini baholashda iqtisodiy ko’rsatkichlar dinamikasining empirik tahlili, “Muhandislik va iqtisodiyot” ijtimoiyiqtisodiy, innovatsion texnik, fan va ta’limga oid ilmiy-amaliy jurnal, 2026-yil, may, 5-son, 296-300 b., https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal/article/view/2823, (№12, Index Copernicus, 08.00.00, OAK rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori).

6. Sharipova Sh.I. The nature and essence of digital transformation processes in massmedia organizations, “Innovation science and texnology” ilmiy jurnali, 2026 yil , Vol 2, №5, 151-156 b., https://ist-journal.uz/index.php/IST/article/view/828, (08.00.00, OAK rayosatining 2025-yil 8-maydagi 370-son qarori).

7. Sharipova Sh.I. The importangce of state support and investment policy in ensuring the financial stability of mass media enterprises, “Econoscitech integration” ilmiy elektron jurnali, 2026 yil, ISSUE 5, 325-329 p.,

https://econoscitech-integration-journal.uz/index.php/journal/article/view/131, (08.00.00, OAK rayosatining 2025-yil 10-apreldagi 384-son qarori).

8. Sharipova Sh.I. Raqamli media bozori sharoitida ommaviy axborot vositalari korxonalarida daromad manbalarini diversifikatsiya qilishning iqtisodiy ustuvor yo‘nalishlari, “Muhandislik va iqtisodiyot” ijtimoiyiqtisodiy, innovatsion texnik, fan va ta’limga oid ilmiy-amaliy jurnal, 2026 yil, 6-son, 87-92 b., https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal/article/view/3094, (№12, Index Copernicus, 08.00.00, OAK rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori).

9. Sharipova Sh.I. Media kompaniyalarda raqamli moliyaviy boshqaruv tizimlarini takomillashtirish, “Fan va madaniyat rivojlanishi: Renessans g‘oyalarining zamonaviy ilmiy jarayonlarda namoyon bo‘lishi” xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to‘plami, 2-qism Toshkent, 14-15-noyabr, 2025, 571-574 b. https://conference.renessans-edu.uz/conference/fan-va-madaniyat-rivojlanishi-renessans-goyalarining-zamonaviy-ilmiy-jarayonlarda-namoyon-bolishi/materials

10. Sharipova Sh.I. Media sanoatida raqamli texnologiyalar asosida daromad manbalarini diversifikatsiya qilish yo‘llari, “Fan va madaniyat rivojlanishi: renessans g‘oyalarining zamonaviy ilmiy jarayonlarda namoyon bo‘lishi” xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to‘plami, 3-qism Toshkent, 14-15-noyabr, 2025,158-160 b. https://conference.renessans-edu.uz/conference/fan-va-madaniyat-rivojlanishi-renessans-goyalarining-zamonaviy-ilmiy-jarayonlarda-namoyon-bolishi/materials

11. Sharipova Sh.I. Changes in the revenue and cost structure of mass media enterprises in the context of digital modernization, “Ethiopian International Multidisciplinary Research Conferences”: Vol 2 No. 1 (2026), 151-157 p., https://eijmr.org/conferences/index.php/eimrc/article/view/1930

12. Sharipova Sh.I. Televideniye korxonalarida raqamli biznes-modellarni joriy etishning moliyaviy samaradorligi, “Ilm-fan va innovatsiya ilmiy-amaliy konferensiyasi”, Том 3 № 38 (2025): Наука и инновация, 14.10.2025y, 66-68 b. https://www.in-academy.uz/index.php/SI/article/view/34469

13. Sharipova Sh.I. Raqamli iqtisodiyot sharoitida oav (ommaviy axborot vositalari) korxonalarining moliyaviy barqarorligini ta’minlash mexanizmlari, “Yosh olimlar” milliy ilmiy-amaliy konferensiyasi, 14.10.2025y, Vol.3 No.38: YO, 134-136 bet https://www.in-academy.uz/index.php/YO/article/view/30125

Avtoreferat «Public Publish Printing» nashriyotida tahrirdan o‘tkazildi.

Bosishga ruxsat etildi: 11.11.2026.
Bichimi: 60x84 1/16. «Times New Roman»
garniturada raqamli bosma usulda bosildi.
Shartli bosma tabog‘i 3,8. Adadi 100. Buyurtma: № 116.

«PUBLIC PUBLISH PRINTING» bo‘limida chop etildi.
Toshkent, M.Ulug‘bek tum., Moylisoy ko‘chasi, 22.