

INDIAN

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
ONLINE CONFERENCE



THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY



 2025 YEAR

INDIAN, NEW DELHI



ISOC
INTERNATIONAL
SCIENTIFIC
ONLINE
CONFERENCES



THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY

International scientific-online conference

Part 30

February 21st

COLLECTIONS OF SCIENTIFIC WORKS

NEW DELHI 2025



THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY: a collection scientific works of the International scientific online conference (21st February, 2025) -INDIA, New Delhi : "CESS", 2025. Part 30 – 306p.

Chief editor:

Candra zonyfar - PhD Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia
Sunmoon University, South Korea.

Editorial board:

Martha Merrill - PhD Kent State University, USA

David Pearce - ScD Washington, D.C., USA

Emma Sabzalieva - PhD Toronto, Canada

Languages of publication: русский, india, english, казахша, о'zbek, limba română, кыргыз тили, Հայերեն....

The collection consists of scientific research of scientists, graduate students and students who took part in the International Scientific online conference "THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY". Which took place in New Delhi on February 21, 2025.

Conference proceedings are recomanded for scientits and teachers in higher education esteblishments. They can be used in education, including the process of post - graduate teaching, preparation for obtain bachelors' and masters' degrees. The review of all articles was accomplished by experts, materials are according to authors copyright. The authors are responsible for content, researches results and errors.

© "CESS", 2025

© Authors, 2025



<i>KO'KRAK BEZI SARATONI BILAN OG'RIGAN BEMORLAR PARVARISHI.</i> Shodmonova Gavhar Suyunovna	265
<i>HOMILADORLIK VA QANDLI DIABET</i> Shodmonova G.S	268
<i>RUL BOSHQARMASI VA TORMOZ TIZIMI</i> Aminjonov Davlatbek Dilshodjon o'g'li	270
<i>СМЫСЛ СЛОВА И ЕГО СОВМЕСТИМОСТЬ С ДРУГИМИ СЛОВАМИ</i> Панжиев Н.П Йигиталиева Мадинабону	275
<i>TAKRORIY EKIN SIFATIDA YETISHTIRILGAN LOVIYA NAVLARINI</i> <i>FERTIGATSIYA USULIDA SUG'ORISH AGROTEXNIKASI</i> Abdalova Gulistan Nuranovna Buvamirzaeva Gulhayo Solayeva Dinora Baxtiyor qizi	281
<i>КРЕАТИВНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ГОВОРЕНИЮ НА УРОКАХ</i> <i>РУССКОГО КАК ИНОСТРАННОГО</i> Turg'unboyev Abdullajon Abdubanno o'g'li	287
<i>INTERNET NARSALAR (IOT) VA UNING RAQAMLI IQTISODIYOTGA TA'SIRI</i> Mardonov Diyor Bobir o'g'li Abdulloyev Asliddin Junaydulloyevich	301
<i>RAQAMLI IQTISODIYOT VA UNING MEHNAT BOZORIGA TA'SIRI</i> Kamolov Mirjahon Ilhom o'g'li Abdulloyev Asliddin Junaydulloyevich	307
<i>IJTIMOIIY TARMOQLAR VA RAQAMLI REKLAMA BOZORI</i> Abdullayev Dilshod Fazliddin o'g'li Giyazova Nozima Bayazovna	312



IJTIMOYIY TARMOQLAR VA RAQAMLI REKLAMA BOZORI

Abdullayev Dilshod Fazliddin o'g'li

*Buxoro davlat universiteti
Iqtisodiyot va turizm fakulteti
3-bosqich talabasi*

Giyazova Nozima Bayazovna

*Buxoro davlat universiteti
Iqtisodiyot va turizm fakul'teti
Iqtisodiyot kafedrası dotsenti,
i.f.f.d (PhD)*

Anotatsiya: *Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlar va raqamli reklama bozorining rivojlanishi, jarayonning iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy ta'sirlari tahlil qilingan. Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan ishlar, strategik qarashlari va ular raqamli iqtisodiyotga qanday ta'sir ko'rsatgani bilan birga, sohaning xavflari, shaxsiy ma'lumotlarning maxfiyligi va raqamli reklamanning ijtimoiy oqibatlari ham muhokama qilingan.*

Kalit so'zlar: *Ijtimoiy tarmoqlar, raqamli reklama, iqtisodiyot, raqamli transformatsiya, texnologiyalar, IT-parklar va global bozor.*

Raqamli texnologiyalar so'nggi yillarda jadal rivojlanmoqda va bu ijtimoiy tarmoqlar hamda raqamli reklama bozoriga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Dunyo miqyosida kompaniyalar raqamli reklama vositalaridan foydalanib, o'z auditoriyalariga tez va samarali yetib bormoqda. Shu bilan birga, bu bozorning o'sishi shaxsiy ma'lumotlar maxfiyligi va reklamanning jamiyatga salbiy ta'siri kabi muammolarni ham keltirib chiqarmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlar va reklama bozori tarixi 1990-yillarda Internetning keng ommaga yetib borishi bilan boshlandi. 2000-yillarda Facebook va Twitter singari platformalarning yaratilishi ijtimoiy tarmoqlarni global fenomenga aylantirdi. Dastlab faqat matnli va banner reklamalarga asoslangan bozor, keyinchalik video va interaktiv reklama formatlarini o'z ichiga olgan holda rivojlandi. 2010-yillarda esa Instagram va TikTok kabi platformalar orqali ijodiy va maqsadli reklama kampaniyalari kuchaydi. Bugungi kunda esa sun'iy intellekt, ma'lumotlar tahlili va algoritmlar raqamli reklama sohasida yangi imkoniyatlar yaratmoqda.

Dunyo bo'ylab 4,5 milliarddan ortiq inson ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi. Bu platformalar nafaqat muloqot vositasi, balki kuchli marketing vositasi hamdir. Masalan, DataReportal tadqiqotlariga ko'ra, 2023-yilda TikTok foydalanuvchilari orasida reklama ko'rsatish darajasi 40 foizga oshgan. Shunga qaramay, reklama algoritmlarining iste'molchilarga ta'siri haqida ko'proq tahlil qilish zarur. Shu bilan



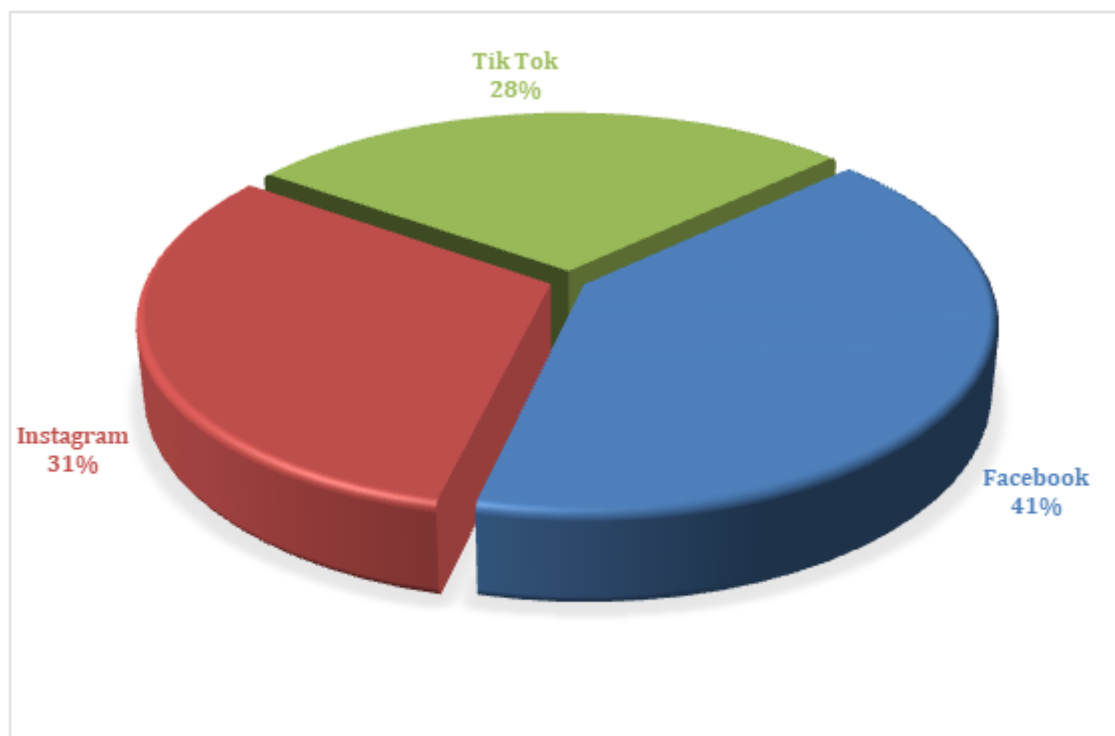
birga, shaxsiy ma'lumotlarning noqonuniy ishlatilishi kabi muammolarni hal qilish muhim.

Mahalliy tadqiqotlar O'zbekistonda raqamli reklama bozori tez sur'atlar bilan rivojlanayotganini ko'rsatmoqda. Biroq, ushbu o'sish jamiyatda axborot xavfsizligi, reklama etikasi va iste'molchilarni manipulyatsiya qilish bilan bog'liq muammolarni keltirib chiqarmoqda. Masalan, yoshlar orasida ijtimoiy tarmoqlarda reklamalarning ortiqcha ko'rinishi ularda salbiy psixologik ta'sirlarni kuchaytirishi mumkin.

Prezident Shavkat Mirziyoyevning raqamli iqtisodiyot va ijtimoiy tarmoqlar sohasidagi nutqlari va strategiyalari bu bozorni rivojlantirishga katta turtki bo'lib kelmoqda. Jumladan, 2021-yilning 14-yanvarida raqamli texnologiyalarni keng joriy etish masalalariga bag'ishlangan yig'ilishda xalqaro standartlarga mos infratuzilma yaratish, shu jumladan, yoshlarni IT sohasiga jalb qilish masalalari muhokama qilingan edi. Shuningdek, 2023-yilning 29-sentabrida IT-parklardagi texnologik rivojlanish bo'yicha o'tkazilgan yig'ilishda mamlakatda raqamli texnologiyalarni joriy qilishning yangi bosqichlari haqida so'z bordi. Bu strategiyalar iqtisodiyotning turli jabhalariga, jumladan reklama va marketing bozoriga bevosita ta'sir qilmoqda.

O'zbekistonda raqamli reklama bozorining rivojlanishi jadal sur'atlar bilan davom etmoqda. Jumladan, 'Digital Uzbekistan' hisobotiga ko'ra, mamlakatda raqamli reklama daromadi 2024-yilda 30 foizga o'sgan. Shuningdek, Google va Facebook kabi xalqaro platformalar O'zbekiston uchun yangi reklamaviy dasturlarni ishga tushirdi. IT-parklar va texnologik inkubatorlarning tashkil etilishi natijasida mamlakatda raqamli marketing va reklama bozorida ko'plab innovatsion loyihalar amalga oshirilmoqda. Bu esa tadbirkorlarga raqamli bozor orqali keng imkoniyatlar yaratmoqda.

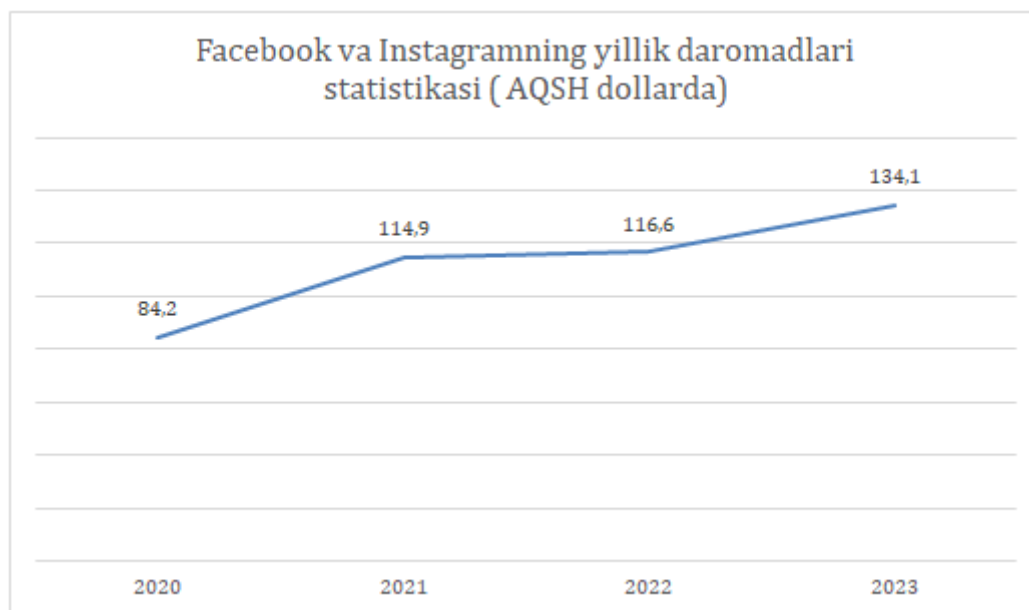
Dunyo bo'ylab ijtimoiy tarmoqlar va raqamli reklama bozori global iqtisodiyotning muhim qismiga aylangan. 2023-yilda DataReportal ma'lumotlariga ko'ra, TikTok, Instagram va Facebook platformalari orqali reklama daromadlari 15% oshgan. Amazon va Google kabi texnologiya gigantlari sun'iy intellekt yordamida reklama samaradorligini oshirishga qaratilgan yangi dasturlarni ishga tushirdi. Shuningdek, Yevropa davlatlarida raqamli reklama tartiblarini qat'iylashtirish bo'yicha qonunchilik islohotlari amalga oshirilmoqda, bu esa reklama platformalariga iste'molchilar huquqlarini yanada ko'proq himoya qilishni talab qilmoqda.



1- rasm. Facebook, Instagram va Tik Tok foydalanuvchilari diagrammasi

Bugungi kunda Instagram, Facebook va Tik Tok kabi ijtimoiy tarmoqlar reklama bozorining ajralmas qismiga aylangan. Ushbu platformalar keng auditoriyaga tezkor va samarali yetib borish imkoniyatini yaratadi. Masalan, 2023-yilda Facebook foydalanuvchilari soni 2,9 milliardga yetib, dunyo aholisining qariyb 37%ini qamrab oldi. Instagram esa o'sha yili 1,4 milliard faol foydalanuvchiga ega bo'lib, reklamalar orqali 33 milliard dollar daromad keltirdi. Endilikda, Facebook, Instagram va Tik Tok platformalari orqali raqamli reklamadan samarali foydalanib kelayotganlar soni 5.61 milliard kishiga yetdi (dunyo aholisining taxminan 68%i).

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama qilinadigan mahsulotlarning sotilishi 20-30%ga oshgan. Masalan, DataReportal tadqiqotlariga muvofiq, 2023-yilda Instagram foydalanuvchilarining 50% reklamalardan ilhomlanib, mahsulot sotib olish qarorini qabul qilgan. Shuningdek, TikTokdagi reklama videolari o'rtacha 43% ko'rish darajasiga ega bo'lib, bu kompaniyalar uchun yuqori ROI (Return on Investment)ni ta'minlamoqda.



2-rasm. Facebook va Instagramning yillik daromadlari statistikasi (AQSH dollarda)

Iqtisodiyotga keltirayotgan foydani tahlil qiladigan bo'lsak, global raqamli reklama bozori 2023-yilda 626 milliard dollarga yetdi va bu ko'rsatkichning asosiy qismini ijtimoiy tarmoqlar tashkil etdi. Ushbu platformalar orqali yaratilgan iqtisodiy imkoniyatlar nafaqat yirik brendlar, balki kichik bizneslar uchun ham yangi bozorlarni ochmoqda. Xususan, Facebook va Instagram platformalariga Meta Platforms kompaniyasi egalik qiladi va ularning reklama daromadlarini birgalikda hisobot qiladi. Quyida Meta Platforms kompaniyasining umumiy reklama daromadlari keltirilgan.

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli reklama bozori O'zbekiston iqtisodiyotining ajralmas qismiga aylanmoqda. Biroq, ushbu sohaning rivojlanishi faqat iqtisodiy imkoniyatlarni emas, balki mavjud xavflarni ham hisobga olishni talab qiladi. Mahalliy va xalqaro miqyosdagi tadqiqotlar ushbu muammolarni hal qilish va sohani yanada barqaror qilishda muhim rol o'ynaydi. Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotga oid strategik qarashlari ushbu yo'nalishdagi harakatlarni jadallashtiradi. Kelgusida ushbu jarayonlarning muvaffaqiyati raqamli reklamanning ijobiy va salbiy ta'sirlarini muvozanatlash orqali ta'minlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Абдуллаева, Х. Н. (2024). МАХАЛЛИЙ КОРХОНАЛАР ФАОЛИЯТИДА МАРКЕТИНГ ДАСТУРЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ AMERICAN JOURNAL OF EDUCATION AND LEARNING ISSN: 2996-5128 (online) | ResearchBib (IF) = 9.918 IMPACT FACTOR Volume-2| Issue-5| 2024 Published: |30-12-2024| 800 АМАЛИЁТИ ТАҲЛИЛИ ВА УНИНГ САМАРАДОРЛИК КЎРСАТКИЧЛАРИ. Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting, 4(05), 1-9.



2. Abdullayeva, H. (2024). KORXONA FAOLIYATIDA INNOVATION MARKETINGDAN FOYDALANISH. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 49(49).
 3. Axrorovna, B. M. (2022). The Importance of Digitizing the Tax System. European Journal Of Business Startups And Open Society, 2(11), 1-5.
 4. Giyazova, N.B. (2024). INCREASING THE EFFICIENCY OF WASTE RECYCLING IN THE ECONOMY OF OUR COUNTRY. MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH, 3(34), 455-461.
 5. Giyazova, N.B., & Sh.B.S. (2024). ZAMONAVIY RAQAMLI IQTISODIYOTDAGI MUAMMOLAR VA CHORA-TADBIRLAR. Science and innovation, 3(Special Issue 42), 482-489.
 6. Niyozova, I. N., & Shodibekov, U. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BOJXONA TIZIMINI AVTOMATLASHTIRISH. INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM, 5(40), 619-623.
 7. Niyozova, I. (2023). Digitalization-Merits And Demerits On The Whole Society. Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz), 38(38).
 8. Tairova, M. M., Narzullayeva, G. S., & Odinayeva, N. F. (2021). Foreign Experience in Ensuring High Competitiveness of Economists in Higher Education.
 9. Таирова, М. М., & Зойитов, Д. (2024). ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ. Science and innovation, 3(Special Issue 42), 371-376.
 10. Hakimovna, U. M., & Muhammedrisaevna, T. M. S. (2023). Audit and Marketing Audit in Small Business and Private Entrepreneurship: The Order and Process of Inspection.
 11. Sayfullayeva, M. (2023). Establishment Of Agritourism Clusters In Uzbekistan Based On The Principles Of Sustainable Tourism. Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz), 35(35).
 12. Raxmatullayeva, F. M. (2024). MINTAQALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING AHAMIYATI. Indexing, 1(1).
 13. Raxmatullayeva, F. M., & Shaxzod, J. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOTNING RESURLAR ISTE'MOLIGA TA'SIRI. MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH, 3(34), 496-502.
- Abdulloev, A. J. (2023). THE ROLE AND IMPORTANCE OF STRATEGIC PLANNING IN MARKETING