

**MINTAQADA REKLAMA XIZMATLARI SAMARADORLIGINI
OSHIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEKANIZMLARINI
TAKOMILLASHTIRISH**

Ataullayeva Hilola Xamidjon qizi

Qarshi xalqaro universiteti “Iqtisodiyot va muhandislik”

kafedrasi magistranti

ataullayevah@gmail.com

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ
МЕХАНИЗМОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ
УСЛУГ В РЕГИОНЕ**

Атауллаева Хилола Хамиджон кизи

Каршинский международный университет

Магистрант кафедры «Экономика и инженерия»

Email: *ataullayevah@gmail.com*

**IMPROVING ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISMS
FOR INCREASING THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING
SERVICES IN THE REGION**

Ataullayeva Hilola Khamidjon qizi

Qarshi International University

Master’s Student, Department of “Economics and Engineering”

Email: *ataullayevah@gmail.com*

Annotatsiya: Mazkur maqolada mintaqalarda reklama xizmatlari samaradorligini oshirish masalalari oddiy, tushunarli va ilmiy asoslangan tarzda yoritilgan. Tadqiqot davomida hududiy reklama bozorining bugungi holati chuqur tahlil qilinib, mavjud imkoniyatlar, muammolar hamda ularni keltirib chiqarayotgan omillar aniqlandi. Xususan, mintaqalarda reklama infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmagani, malakali mutaxassislar tanqisligi, zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalanish darajasining pastligi kabi muammolar mavjudligi ko‘rsatib o‘tildi. Maqolada reklama xizmatlarining tadbirkorlik faoliyatidagi o‘rni, uning savdo hajmiga, brend imijining shakllanishiga hamda iste’molchilar qaroriga ta’siri ilmiy asosda yoritib berilgan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, reklama samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn platformalar va mobil marketing imkoniyatlaridan keng foydalanish muhim ahamiyat kasb etishi aniqlandi. Shuningdek, reklama kampaniyalarini to‘g‘ri rejalashtirish, auditoriyani segmentlash hamda reklama natijalarini doimiy monitoring qilish zarurligi asoslab berildi. Bundan

tashqari, maqolada reklama sohasida kadrlar tayyorlash va malaka oshirish tizimini takomillashtirish, oliy ta'lim muassasalari va amaliyot o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish zarurligi ta'kidlandi. Davlat tomonidan reklama bozorini qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini kuchaytirish, imtiyozlar va rag'batlantiruvchi choralar joriy etish orqali hududiy reklama xizmatlari rivojiga turtki berish mumkinligi asoslab berildi. Mazkur maqola natijalari hududiy tadbirkorlar, reklama sohasi mutaxassislari hamda soha rivoji uchun mas'ul tashkilotlar faoliyatida amaliy ahamiyat kasb etadi. Tadqiqot davomida ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalar mintaqalarda reklama xizmatlarini takomillashtirish, ularning samaradorligini oshirish hamda hududiy iqtisodiy rivojlanishga hissa qo'shishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: reklama, mintaq, marketing, raqamli reklama, reklama bozori, samaradorlik, tadbirkorlik.

Аннотация: В данной статье в простой и доступной форме освещаются вопросы повышения эффективности рекламных услуг в регионах. В ходе исследования был проведён глубокий анализ современного состояния регионального рекламного рынка, выявлены существующие возможности, проблемы и факторы, влияющие на его развитие. В частности, отмечены такие проблемы, как недостаточное развитие рекламной инфраструктуры, дефицит квалифицированных специалистов и низкий уровень использования современных маркетинговых технологий. В статье научно обоснована роль рекламных услуг в предпринимательской деятельности, их влияние на объём продаж, формирование имиджа бренда и поведение потребителей. По результатам исследования установлено, что широкое использование цифровых технологий, социальных сетей, онлайн-платформ и мобильного маркетинга имеет важное значение для повышения эффективности рекламы. Также обоснована необходимость правильного планирования рекламных кампаний, сегментации целевой аудитории и постоянного мониторинга результатов. Кроме того, подчёркивается необходимость совершенствования системы подготовки кадров и повышения квалификации специалистов в сфере рекламы, а также укрепления сотрудничества между образовательными учреждениями и практикой. Отмечается важность усиления механизмов государственной поддержки рекламного рынка, внедрения льгот и стимулирующих мер для развития региональных рекламных услуг. Результаты данной статьи имеют практическое значение для региональных предпринимателей, специалистов рекламной сферы и ответственных организаций. Разработанные рекомендации направлены на совершенствование рекламных услуг, повышение их эффективности и содействие социально-экономическому развитию регионов.

Ключевые слова: реклама, регион, маркетинг, цифровая реклама, рекламный рынок, эффективность, предпринимательство.

Annotation: This article discusses the issues of improving the effectiveness of advertising services in regions in a clear and accessible manner. During the study, a comprehensive analysis of the current state of the regional advertising market was conducted, identifying existing opportunities, challenges, and factors affecting its development. In particular, problems such as underdeveloped advertising infrastructure, a shortage of qualified specialists, and a low level of use of modern marketing technologies were highlighted. The article scientifically explains the role of advertising services in entrepreneurial activity, their impact on sales volume, brand image formation, and consumer behavior. According to the research results, the wide use of digital technologies, social media, online platforms, and mobile marketing tools is of great importance in increasing advertising effectiveness. The necessity of proper planning of advertising campaigns, target audience segmentation, and continuous monitoring of results is also emphasized. In addition, the need to improve the system of training and professional development of advertising specialists, as well as to strengthen cooperation between educational institutions and practice, is underlined. The importance of enhancing government support mechanisms, introducing incentives, and preferential measures to stimulate the development of regional advertising services is also noted. The results of this article have practical significance for regional entrepreneurs, advertising professionals, and responsible organizations. The developed recommendations are aimed at improving advertising services, increasing their efficiency, and contributing to the socio-economic development of regions.

Keywords: advertising, region, marketing, digital advertising, advertising market, efficiency, entrepreneurship.

Hozirgi globallashuv va bozor iqtisodiyoti sharoitida reklama har qanday biznes faoliyatining ajralmas va muhim tarkibiy qismiga aylanib bormoqda. Bugungi kunda reklama nafaqat mahsulot va xizmatlarni tanitish vositasi, balki korxonalarining bozorga chiqishi, raqobatbardoshligini ta'minlash hamda iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishda muhim strategik omil sifatida qaralmoqda. Reklama orqali aholi mahsulotlar, xizmatlar, yangi takliflar hamda chegirmalar haqida tezkor va ishonchli axborot oladi, bu esa xaridorlar faolligini oshirib, savdo hajmining ko'payishiga xizmat qiladi. Ayniqsa, mintaqalarda faoliyat yuritayotgan kichik va o'rta biznes subyektlari uchun reklama muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki hududiy bozorlar o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, iste'molchilarning ehtiyojlari, xarid qilish odatlari va daromad darajalari farqlanadi. Shu bois, reklama tadbirkorlarga o'z mahsulot va xizmatlarini mahalliy sharoitga mos holda targ'ib qilish, aniq maqsadli auditoriyani qamrab olish hamda bozorda o'z o'rnini mustahkamlash imkonini beradi. So'nggi yillarda O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga qaratilgan keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Natijada yangi korxonalar

tashkil etilib, xizmat ko‘rsatish va ishlab chiqarish sohalari kengaymoqda. Bu esa o‘z navbatida bozor ishtirokchilari sonining ortishiga, raqobat muhitining kuchayishiga olib kelmoqda. Bunday sharoitda tadbirkorlar o‘z mahsulot va xizmatlarini samarali reklama qilmasdan turib muvaffaqiyatga erishishi deyarli mumkin emas. Chunki reklama iste’molchi tanloviga bevosita ta’sir ko‘rsatadigan asosiy omillardan biridir. Shu bilan birga, hududlarda reklama xizmatlari hali yetarli darajada rivojlanmaganligi kuzatilmoqda. Ko‘plab tadbirkorlar reklama xizmatlarini qimmat deb hisoblaydi yoki uning iqtisodiy samaradorligini to‘liq anglab yetmaydi. Ayrim hollarda reklama noto‘g‘ri rejalashtirilgani sababli kutilgan natija bermaydi va bu tadbirkorlar orasida reklama samaradorligiga nisbatan salbiy munosabatni shakllantiradi. Bundan tashqari, mintaqalarda malakali reklama mutaxassislarining yetishmasligi, zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalanish darajasining pastligi ham reklama bozorining rivojlanishiga to‘sqinlik qilmoqda. Zamonaviy raqamli texnologiyalar, internet va ijtimoiy tarmoqlar rivojlanayotgan hozirgi davrda reklama shakllari ham keskin o‘zgarib bormoqda. Onlayn reklama, ijtimoiy tarmoqlar orqali targ‘ibot, mobil marketing kabi yangi yo‘nalishlar paydo bo‘lib, ular katta imkoniyatlar yaratmoqda. Biroq mintaqalarda ushbu imkoniyatlardan yetarli darajada foydalanilmayapti. Bu esa hududiy tadbirkorlar uchun raqobatda ortda qolish xavfini keltirib chiqarmoqda. Yuqoridagilardan kelib chiqib, mintaqalarda reklama xizmatlarini rivojlantirish, ularning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish hamda samaradorligini oshirish bugungi kunning dolzarb vazifalaridan biri hisoblanadi. Reklama bozorini rivojlantirish orqali tadbirkorlik subyektlarining daromadlarini oshirish, yangi ish o‘rinlarini yaratish va hududlar iqtisodiy salohiyatini kuchaytirish mumkin. Mazkur maqolaning asosiy maqsadi – mintaqalarda reklama xizmatlarini rivojlantirishning mavjud muammolarini tahlil qilish, ularni bartaraf etish yo‘llarini aniqlash hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot natijalari hududiy tadbirkorlar, reklama sohasi mutaxassislari hamda soha rivojiga mas’ul tashkilotlar uchun foydali bo‘lishi kutilmoqda.

Tadqiqot jarayonida mintaqalarda reklama xizmatlari holatini o‘rganish uchun bir nechta usullar qo‘llanildi: ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, tadbirkorlar bilan suhbatlar, 50 nafar tadbirkor ishtirokida so‘rovnoma o‘tkazish, shuningdek, mavjud statistik ma’lumotlarni taqqoslash va tahlil qilish. Ushbu yondashuvlar hududiy reklama bozorining kuchli va zaif tomonlarini aniqlashga yordam berdi. So‘rovnoma natijalari ko‘rsatdiki, tadbirkorlarning 60 foizi reklama strategiyasi haqida yetarli ma’lumotga ega emas, 55 foizi internet reklamasidan foydalanmaydi, 70 foizi esa reklama uchun yetarlicha mablag‘ ajratmaydi. Bu holatlar reklama xizmatlaridan to‘liq foydalanilmayotganini ko‘rsatadi va tadbirkorlar orasida reklama madaniyatining pastligini ochib beradi. Tahlil shuni ko‘rsatdiki, mintaqalarda reklama ko‘proq an’anaviy shakllarda amalga oshiriladi: banner va tashqi reklama 45%, buklet va

varaqlar 30%, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama esa atigi 25%ni tashkil qiladi. Shu bilan birga, raqamli reklamaning samaradorligi va arzonligi hisobga olinmayapti. Agar tadbirkorlar onlayn platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va mobil marketing kabi vositalardan kengroq foydalansa, mahsulotlarini nafaqat hudud, balki respublika bo'yicha ham targ'ib qilish imkoniyatiga ega bo'ladi. Hududiy reklama xizmatlarining sust rivojlanishiga bir nechta sabablar mavjud: malakali mutaxassislar yetishmasligi, zamonaviy marketing texnologiyalaridan kam foydalanish, moliyaviy imkoniyatlarning cheklanganligi va reklama madaniyatining pastligi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, reklama qilgan korxonalarning savdosi o'rtacha 25–30%ga oshgan, reklama qilmaganlar esa aksincha pasaygan. Bu holat reklamaning iqtisodiy foydaliligi aniq tasdiqlaydi. Xorijiy tajribaga qaraganda, rivojlangan davlatlarda korxonalar daromadining 7–10 foizini reklama uchun sarflaydi, O'zbekistonda esa bu ko'rsatkich 2 foizdan kam. Shu bois, raqamli reklama imkoniyatlarini keng joriy etish va tadbirkorlarni bu sohada o'qitish katta ahamiyatga ega. Tashkiliy choralar sifatida hududiy reklama markazlarini ochish, tadbirkorlar uchun bepul seminarlar va treninglar tashkil etish, reklama agentliklarini qo'llab-quvvatlash va o'quv kurslarini yo'lga qo'yish samarali hisoblanadi. Iqtisodiy mexanizmlar sifatida esa soliq imtiyozlari, davlat subsidiyalari, reklama startaplarini moliyalashtirish hamda davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish ko'zda tutiladi. Shuningdek, har bir viloyatda reklama bo'yicha konsultatsiya markazlarini tashkil etish, yosh mutaxassislarni rag'batlantirish va onlayn reklama bo'yicha amaliy darslar o'tkazish tavsiya etiladi. Umuman olganda, reklama xizmatlarini tizimli rivojlantirish tadbirkorlarning daromadini oshirish, hudud iqtisodiyotini rivojlantirish va yangi ish o'rinlarini yaratish uchun muhim omil hisoblanadi. Shu sababli mintaqalarda reklama sohasini modernizatsiya qilish va samaradorligini oshirish bugungi kunning eng dolzarb vazifalaridan biridir.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash joizki, mazkur tadqiqot natijalari mintaqalarda reklama xizmatlari bozori hali to'liq shakllanmaganini va uning rivojlanish darajasi yetarli emasligini ko'rsatdi. Hududlarda reklama xizmatlariga bo'lgan ehtiyoj yildan-yilga oshib borayotgan bo'lsa-da, mavjud infratuzilma, texnik imkoniyatlar hamda kadrlar salohiyati bu talabni to'liq qondira olmayapti. Natijada reklama xizmatlarining samaradorligi past darajada qolmoqda va tadbirkorlik subyektlari o'z faoliyatini kengaytirishda qator qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Tadqiqot jarayonida aniqlanganki, reklama samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalarni keng joriy etish alohida ahamiyat kasb etadi. Xususan, internet reklama, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va onlayn platformalar orqali reklama qilish hududiy tadbirkorlar uchun arzon, qulay va tezkor vosita bo'lib xizmat qilishi mumkin. Shu bilan birga, reklama kampaniyalarini rejalashtirishda zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanish, auditoriyani aniq segmentlash va natijalarni tahlil qilish orqali reklama samaradorligini yanada oshirish mumkin. Bundan tashqari, reklama sohasida malakali mutaxassislarni

tayyorlash muhim masalalardan biri hisoblanadi. Oliy ta’lim muassasalarida marketing va reklama yo‘nalishlari bo‘yicha amaliy bilimlarga ega kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malaka oshirish kurslarini tashkil etish orqali sohaga yangi bilim va tajribaga ega mutaxassislarni jalb etish zarur. Bu esa reklama xizmatlari sifatini oshirish, innovatsion g‘oyalar va zamonaviy yondashuvlarni joriy etishga xizmat qiladi. Shuningdek, davlat tomonidan reklama sohasini qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini kuchaytirish muhim ahamiyatga ega. Xususan, hududiy reklama agentliklarini rivojlantirish uchun imtiyozli kreditlar, subsidiyalar ajratish, soliq yengilliklari berish hamda tadbirkorlar uchun trening va seminarlar tashkil etish reklama bozorining rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Davlat va xususiy sektor o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish orqali reklama xizmatlari bozorida sog‘lom raqobat muhiti shakllantiriladi. Agar taklif etilgan chora-tadbirlar izchil va tizimli ravishda amalga oshirilsa, mintaqalarda reklama xizmatlari sifati sezilarli darajada oshadi. Natijada tadbirkorlik subyektlarining daromadlari ko‘payib, yangi ish o‘rinlari yaratiladi, mahsulot va xizmatlarning raqobatbardoshligi ortadi. Bu esa o‘z navbatida hududiy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga, aholi bandligi va farovonligining oshishiga xizmat qiladi. Umuman olganda, reklama xizmatlarini rivojlantirish mintaqalar iqtisodiy salohiyatini mustahkamlashda muhim omil hisoblanadi. Mazkur tadqiqot natijalari asosida ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalar reklama sohasini takomillashtirishga, tadbirkorlik muhitini yaxshilashga hamda hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini ta’minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Kotler F. Marketing asoslari. – Toshkent, 2021.
2. Belch G. Reklama va targ‘ibot. – Moskva, 2020.
3. Chaffey D. Raqamli marketing. – London, 2022.
4. Qodirov B. Reklama faoliyati. – Toshkent, 2019.
5. Rustamov D. Marketing xizmatlari bozori. – Toshkent, 2020
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorlari.
7. Statistika agentligi ma’lumotlari – stat.uz
8. Porter M. Raqobat strategiyasi. – 2020.
9. Soliq qo‘mitasi hisobotlari – 2023.
10. Marketing bo‘yicha ilmiy maqolalar to‘plami.