



ISHLAB CHIQRARISH SOHALARI VA REKLAMA

Daminov Shahriyor Asomiddin o'g'li

Toshkent davlat transport universiteti magistranti (O'zbekiston)
daminovshakhriyor@mail.com

Shomurodov Shaxobiddin Asomiddin o'g'li

Tashkent State transport University (Uzbekistan)
Shomurodov1201@gmail.com
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7794761>

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 25- mart 2023 yil

Ma'qullandi: 28-mart 2023 yil

Nashr qilindi: 31-mart 2023 yil

KEY WORDS

jamiyatdagi o'zgarish, ommaga uzatish, ta'sir doirasi, tijorat, savdo sotiqlik, biznes, muhim omil, marketing sohasi.

ABSTRACT

Ushbu maqolani yozishdan ko'zlangan asosiy masalalar hozirgi kunda jamiyatimizdagi bo'layotgan o'zgarishlar va turli xil sohalar rivojida qilinayotgan ishlar haqida yangiliklarni keng miqyosda ommaga uzatib turishda reklamaniing tutgan o'rni va uni ta'sir doirasini muhokama qilishdan iborat. Shuningdek eng e'tiborga sazavor jihati shundaki, reklamalar orqali ishlab chiqaruvchilar xaridorlar e'tiborini o'zlarining faoliyatiga qaratishga bilvosita ta'sir qiluvchi eng muhim omil sifatida qaramoqda. Yevropa va Amerika tajribasi orqali marketing sohasidagi yangi rivojlanish bosqichida yuz berayotgan ishlar tahlili.

Reklama tovar va ma'lum bir mahsulotning sifati, ularni sotib olishdan ko'riladigan naf haqidagi axborot sifatida hozirgi kunda jamiyatimizdagi eng ko'p uchraydigan jumladan biri hisoblanadi ; u bevosita yoki bilvosita foyda "daromad" olish maqsadida yuridik va jismoniy shaxslar yoki mahsulot to'g'risida tarqatiladigan maxsus axborot[1-4]. Reklama marketingning tarkibiy qismi hisoblanib, talab va iste'molchilar didining shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi va ularga mahsulotni sotib olishi uchun ma'lum miqdarda turtki vazifasini bajaradi. Reklama korxona imijini yaratish, joriy sotish hajmini ko'paytirish, haridorlarga nima sotib olishni va uni nima uchun sotib olish zarurligini hal qilishda yordamlashish va boshqa maqsadlarda olib boriladi[5]. Reklamaniing asosiy vazifasi: xaridorni qiziqitirish, mijoz xaridorlarni yo'qotmaslik va ularning sonini oshirishga qaratiladi.

Reklama vazifasiga ko'ra bir nechta vazifani bajaradi: tovarlar va xizmatlar iste'molchilarini xabardor qilish, ma'lumot berish vazifasi reklama e'lonlarida tovar va xizmatlarning sifati, ishonchliligi, ularni qo'llash sohalari, ishlab chiqaruvchilari va sotib olish yo'llari haqida ma'lumot beriladi; ishontiruvchi reklama mavjud tovarga iste'molchi va haridorlarning moyilligini oshirishga xizmat qiladi; eslatuvchi reklama mavjud, ammo bir qadar unutilgan talabni, haridorlarning o'zlari uchun ma'lum bo'lgan tovarlarga munosabatni kengaytirishda muhim o'rinda turadi[1,2,3].

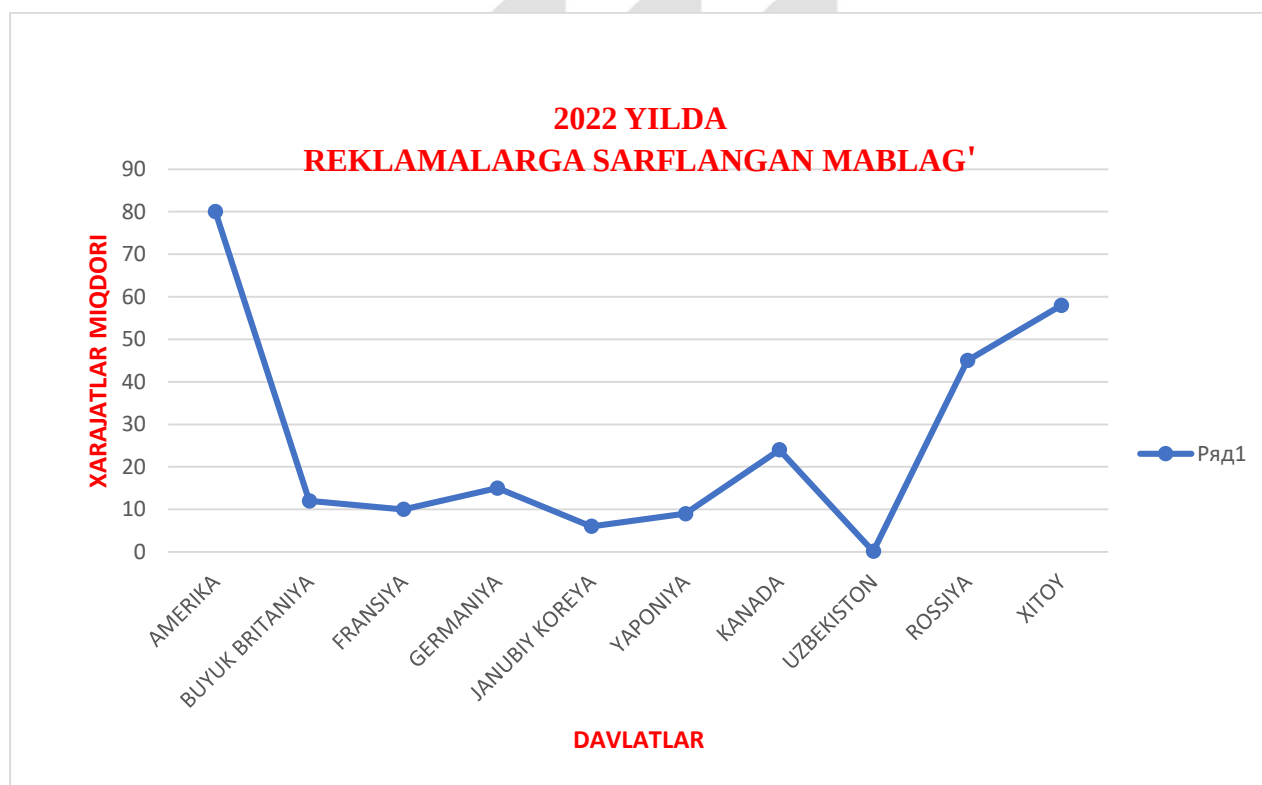
Tadbirkorlarning bu sohada aloqasi, reklamaniing barcha shakllari orasida eng muhimlaridan biri bo'lib bo'lib, u to'g'ri qo'llanilganda bir qator afzalliklarga ega. Eng muhimlari quyidagilardir: Reklama tarqalishi bir vaqtning o'zida ko'p sonli auditoriyani qamrab oladi, bu ayniqsa yuqori iste'mol

qilinadigan narsalarga qiziquvchilar uchun juda muhimdir. Keng jamoatchilik tomonidan qabul qilingan har bir xabar uchun individual narxlarga kelsak, reklama aloqaning eng iqtisodiy maqbul usullaridan biriga aylanadi. Reklama bir xil davrda "yoki juda cheklangan vaqt ichida" butun ommaga tarqaladi, bu esa kuchli raqobat muhitida juda mos keladi.[5] Targ'ibot barcha joylarga va barcha auditoriyaga bir tekisda yetib boradi. Reklama, ayniqsa televizorda qo'llaniladigan narsa, mahsulot yoki mahsulotga va undan foydalanadigan kompaniyaga obro' beradi.

MUHOKAMA VA NATIJA

Reklama marketingning eng muhim elementi, degan asosiy tasdiqlar marketing sohasi rivojlangan davlatlarning hozirgi iqtisodiyotining hamma tomonlarini qamrab olishiga asoslanadi va shu bilan birga firmalar marketing faoliyatining har qanday qadami ularning reklama faoliyatiga bevosita yoki bilvosita bog'liq (AQSHda, masalan, marketing xarajatlari tovarning narxidan 55—60 % ni tashkil qiladi, ya'ni milliy mahsulotning yarmidan ko'pini bular reklama, tashish, transport, o'ram, savdo xarajatlari o'z ichiga oladi).

Iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarda taxminiy yillik reklama xarajatlari (1-rasm)



Ushbu rasmda keltirib o'tilgan qiymatlarga qaraydigan bo'lsak, Amerika qo'shma shtatlari ushbu soha rivoji uchun eng ko'p mablag' sarflaganligini ko'rishimiz mumkin, bundan tashqari Rossiya va Xitoyda qilingan ishlarni ham e'tirof etish joiz. O'zbekiston respublikasi hozirgi kunda bu sohada istiqboli yo'lida etiborga sazovor ishlarni amalga oshirilmoqda. Bundan tashqari keltirib o'tilgan boshqa davlatlarda ham marketing soha sifatida ko'plab yutuqlarga erishilganligi namoyon bo'ldi.

Bajaradigan vazifalariga ko'ra reklamani quyidagi turlarga ajratish mumkin:

- : axborot yetkazib beradigan;
- : undaydigan;

-: eslatadigan:

Axborot yetkazib beradiga reklama dastlabki talabni yaratish maqsadida istemolchilarni yangi turlar bilan tanishtiradi.

Undaydigan reklama istemolchilarning hissiyotlariga ta'sir etib uni sotib olishga undaydi.

Eslatadigan reklama yaxshi tanish bo'lgan mahsulotning borligi to'g'risida istemolchilarga xabar beradi.

XULOSA: Ushbu maqolani yozish orqali hozirgi kunda reklama va marketing, biznes va ishlab chiqarish sohalarida qanchalik darajada muhim o'rin kasb etganligini yorib berish maqsad qilingan edi. Shuningdek ko'rishimiz mumkinki dunyoda yetakchi davlatlar ko'p yillar oldin bu soha orqali kelajakda har qaysi turdagi tijorat ishlarini rivojlantira olish mumkinligini sezganlar va bunga katta miqdordagi moddiy kapitalni investetsiya qila boshlaganlar. Xususan O'zbekiston Respublikasida ham hozirgi kunda e'tirofga loyiq ishlar davom ettirilmoqda.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Kamilova F.K., Rahimboboyeva D.H. Mejdunarodniy marketing i yego rol v razvitiye turizma. //Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida tashqi iqtisodiy faoliyatning roli. Xalqaro ilmiy amaliy anjuman tezislari. -T.: TDIU. 2005 y. 7-10 b
2. Nazarova G. Komilova F. "O'zbekistonda turizm imkoniyatlarini kengaytirish. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi. Jurnal." 2000 y
3. Kamilova F.K. «Halqaro turizm marketingi» fanidan qiyosiy tahlil. //O'zbekiston respublikasi oliy iqtisodiy ta'lim tizimini rivojlangan xorijiy mamlakatlar oliy o'quv yurtlari tajribasi asosida takomillashtirish. O'quv uslubiy anjuman tezislari. - T.: TDIU 2005 y
4. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Reklama>
5. uz.wikipedia.org

INNOVATIVE
ACADEMY