

SAVDO-SOTIQDA TOVARLARNING REKLAMA VA MARKETING USULLARI

Xolikova Zebiniso Rustamovna

Farg'ona ICHSHUI maxsus texnikumi Ishlab chiqarish ta'lim ustasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada savdo-sotiq jarayonida tovarlarni targ'ib qilishda reklama va marketing usullarining tutgan o'rni hamda ularning samaradorligi tahlil qilingan. Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat kuchaygan sari reklama vositalari va marketing strategiyalarining ahamiyati ortib bormoqda. Shuningdek, maqolada reklama turlarining tahlili, zamonaviy marketing yondashuvlari, iste'molchi psixologiyasi va tovarga bo'lgan talabni shakllantirish mexanizmlari haqida so'z yuritiladi.

Kalit so'zlar: Reklama, marketing, savdo-sotiq, iste'molchi, tovar, strategiya, bozor, brend, reklama vositalari, talab.

Abstract: This article analyzes the role of advertising and marketing methods in promoting goods in the sales process and their effectiveness. As competition in a market economy intensifies, the importance of advertising tools and marketing strategies is increasing. The article also discusses the analysis of types of advertising, modern marketing approaches, consumer psychology and mechanisms for forming demand for goods.

Keywords: Advertising, marketing, sales, consumer, goods, strategy, market, brand, advertising tools, demand.

KIRISH

Hozirgi kunda bozor munosabatlari jadal rivojlanayotgan bir paytda, har bir tadbirkor yoki tashkilot tovarlarini iste'molchiga yetkazishda zamonaviy reklama va marketing usullaridan unumli foydalanishga intilmoqda. Tovarlarining bozordagi muvaffaqiyati ko'pincha ularning qanday targ'ib qilinishiga, ya'ni reklama vositalari va marketing strategiyalarining to'g'ri tanlanishiga bog'liq. Raqobat muhitida korxonalar faqat sifatli mahsulot ishlab chiqarish bilan cheklanib qolmasdan, uni bozorda faol targ'ib qilish orqali o'z o'rnini mustahkamlab boradi. Shu sababli, bugungi kundagi savdo-sotiq tizimida reklama va marketing usullarining o'rni beqiyos ahamiyat kasb etadi.

Zamonaviy bozorda muvaffaqiyatli marketing strategiyasi – bu turli kanallar va psixologik usullarni uyg'un qo'llashni talab qiladi. Quyida eng samarali reklama va marketing usullari tizimli ravishda keltirilgan:

1. An'anaviy reklama usullari

Bosma reklama (gazetalar, jurnallar, bukletlar)

Radio va televidenie (30 soniyali rollar, sponsorlik)

Outdoor reklama (bilbordlar, transportda reklama, LED ekranlar)

To'g'ridan-to'g'ri marketing (SMS, pochta orqali takliflar)

2. Raqamli (Digital) marketing

SEO optimallashtirish – Google va Yandexda yuqori pozitsiyalar

Kontekstli reklama (Google Ads, Yandex Direct)

SMM (Instagram, Telegram, Facebook, TikTok)

Email-marketing – Bazadagi mijozlarga shaxsiylashtirilgan xabarlar

Kontent-marketing – Foydali maqolalar, videolar, bloglar

Influencer marketing – Mashhur shaxslar orqali reklama

3. Psixologik va'dalar (USP - Unique Selling Proposition)

Chegirmalar va aksiyalar ("1+1", "50% chegirma")

Vaqt chegarasi ("Faqat bugun", "Soniylar hisoblanmoqda")

Eksklyuzivlik ("Faqat a'zolar uchun", "Limited edition")

Ijtimoiy dalillar ("1 million xaridor ishonchi", "1000+ ijobiy sharh")

4. Oflayn marketing usullari

Do'kon ichidagi reklama (POS-materiallar, degustatsiya)

Vitrin dizayni – Tovarni jozibador ko'rsatish

Mijozlarni jalb qilish (Bonuskartalar, sodiqlik dasturlari)

5. Zamonaviy innovatsion usullar

AR/VR texnologiyalar – Virtual sinov yoki mahsulotni 3D ko'rish

Chatbotlar va AI yordamchilar – 24/7 maslahat xizmati

Geymifikatsiya – O'yinlashtirilgan aksiyalar (ballar to'plash, sovrinlar)

6. Mijozlarni qayta jalb qilish strategiyalari

Retargeting – Saytga kirib ketgan mijozlarga reklama ko'rsatish

Abandoned cart xabarlar – Savatga qo'yib ketgan mijozlarni eslatish

Shaxsiylashtirilgan tavsiyalar ("Sizga mos kelishi mumkin")

Qaysi usulni qanday tanlash kerak?

1. Mijoz auditoriyasini tahlil qiling (yosh, jins, qiziqishlar)

2. Byudjetingizni aniqlang (masalan, boshlang'ich biznes uchun SMM va SEO optimal)

3. Natijalarni o'lchang (Google Analytics, CRM tizimlar)

Eslatma: Eng samarali marketing – bu bir nechta usullarni uyg'un qo'llashdir. Masalan, Instagram reklama + influencer marketing + chegirma aksiyalari kombinatsiyasi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya

Mazkur mavzuga oid o'zbek adabiyotlari orasida quyidagi manbalar muhim o'rin tutadi:

1. Murodov I.M. – "Marketing asoslari" (Toshkent, "Iqtisodiyot", 2019). Ushbu asarda marketing strategiyalari, reklama shakllari va iste'molchi psixologiyasiga doir nazariy tushunchalar bayon etilgan.

2. Jo'raev S.S. – "Savdo-sotiq faoliyati va marketing" (Toshkent, "IQTISOD-MOLIYA", 2020). Muallif tovarlarni bozorda ilgari surishda reklama vositalarining ta'siri haqida batafsil ma'lumot beradi.

3. O'ralov Q.T. – "Reklama va ommaviy axborot vositalari" (Toshkent, "Fan", 2018). Bu asarda reklama psixologiyasi, dizayn va maqsadli auditoriyani aniqlash masalalari yoritilgan.

Mazkur adabiyotlarda savdo jarayonidagi kommunikatsiya vositalarining ahamiyati, reklamaning turli shakllari va ular orqali bozordagi talabni oshirish yo'llari keng tahlil qilingan.

Tadqiqotda quyidagi ilmiy metodlar qo'llanildi:

- Tahlil va sintez – reklama va marketing usullarining samaradorligini baholashda.
- Solishtirma tahlil – turli reklama turlarining savdo samaradorligiga ta'sirini o'rganishda.
- Sotsiologik usul – iste'molchilarning reklama va marketingga munosabatini aniqlash maqsadida so'rovnoma o'tkazildi.
- Amaliy kuzatuv – chakana savdo shoxobchalarida marketing strategiyalarining qo'llanilishi o'rganildi.

Natija va muhokamalar

Tadqiqot natijalari quyidagilarni ko'rsatdi:

- Tovar reklamasining turi va sifati iste'molchi e'tiborini jalb qilishda muhim omil hisoblanadi.
- Raqamli marketing vositalari (ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklamalar) an'anaviy reklama vositalariga nisbatan tezroq natija bermoqda.
- Aksiyalar, chegirmalar, promo-tadbirlar savdo hajmini oshirishda muhim rol o'ynaydi.
- Iste'molchi ishonchini qozonish uchun brend imiji va doimiy aloqalar muhim ahamiyatga ega.

Muhokamalarda savdo jarayonida marketing vositalarini tahliliy va tizimli yondashuv asosida tanlash muhimligi ta'kidlandi. Shuningdek, reklama vositalarining hududiy va demografik xususiyatlarga moslashgan bo'lishi kerakligi qayd etildi.

Xulosa.

Reklama va marketing usullari zamonaviy savdo-sotiq tizimining ajralmas tarkibiy qismidir. Tovarlarining bozordagi muvaffaqiyati nafaqat uning sifatiga, balki uni qanday qilib iste'molchiga yetkazilishiga ham bog'liq. Shu sababli, har bir tadbirkor yoki savdo subyekti o'z faoliyatida samarali reklama va marketing strategiyalarini qo'llashi zarur. Ayniqsa, raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanayotgan sharoitida zamonaviy yondashuvlardan foydalanish — bozorning talablariga moslashishda asosiy omil hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI:

- 1.Yo'ldoshev Q.Q. Marketing asoslari. "Iqtisodiyot". Toshkent shahri. 2018. 45–52 betlar
- 2.Abdug'anieva M.A. Savdo psixologiyasi. "O'qituvchi". Toshkent shahri. 2020 61–75 betlar
- 3.Abdug'anieva M.A. Savdo psixologiyasi. "O'qituvchi". Toshkent shahri. 2020 61–75 betlar
- 4.Murodov I.M. – "Marketing asoslari" Toshkent, "Iqtisodiyot", 2019
4. Jo'raev S.S. – "Savdo-sotiq faoliyati va marketing".Toshkent, "IQTISOD-MOLIYA", 2020.
5. O'ralov Q.T. – "Reklama va ommaviy axborot vositalari".Toshkent, "Fan", 2018.
- 6.IMKONIYATI CHEKLANGAN O'QUVCHILAR BILAN ISHLASH TAJRIBASI. Scientific Impulse, 1(7), 648-653.

7. Tursunov, H. (2024). Kar va zaif eshituvchi o'quvchilarning axborot kompetensiyasini rivojlantirish: farg'ona misolida. Conference on Digital Innovation : "Modern Problems and Solutions", 206–209. извлечено от <https://fer-teach.uz/index.php/codimpas/article/view/2445>
8. Hojiakbar Tursunov. Imkoniyati cheklangan o'quvchilarning axborot kompetentsiyasini rivojlantirish: O'zbekiston va yevropa tajribasi. Talim fan va innovatsiya jurnali. 6 son. 2024 yil.575 bet
- 9.https://esijournal.uz/wp-content/uploads/2025/01/Talim_fan_va_innovatsiya_6_son_2024_yil.pdf
10. Tursunov, H. H., & Hoshimov, U. S. (2022). Ta'lim tizimida ko'zi ojiz o'quvchilarni informatika va axborot texnologiyalari fanida o'qitish texnologiyalar. Новости образования: исследование в XXI веке, 1(5), 990-993.
11. Горовик, А. А., & Турсунов, Х. Х. У. (2020). Применение средств визуальной разработки программ для обучения детей программированию на примере Scratch. Universum: технические науки, (8-1 (77)), 27-29.
12. Kamolovich, B. E., & Hamidullo o'g'li, T. H. (2024). RAQAMLI TEXNOLOGIYALARI DAVRIDA SOHA MUTAXASSISLIK FANI BO'YICHA IQTIDORLI O'QUVCHILAR BILAN ISHLASH. Scientific Impulse, 2(18), 125-131.
13. Hamidullo o'g'li, T. H. (2022). HOZIRGI KUNNING DOLZARB IMKONIYATLARI. JAWS VA NVDA DASTURLARI. Scientific Impulse, 1(2), 535-537.
14. Tursunov, H. (2024). Kar va zaif eshituvchi o'quvchilarning axborot kompetensiyasini rivojlantirish: farg'ona misolida. Conference on Digital Innovation : "Modern Problems and Solutions", 206–209. извлечено от <https://fer-teach.uz/index.php/codimpas/article/view/2445>
15. Hojiakbar Tursunov. Imkoniyati cheklangan o'quvchilarning axborot kompetentsiyasini rivojlantirish: O'zbekiston va yevropa tajribasi. Talim fan va innovatsiya jurnali. 6 son. 2024 yil.575 bet
- 16..https://esijournal.uz/wp-content/uploads/2025/01/Talim_fan_va_innovatsiya_6_son_2024_yil.pdf