

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT TO‘QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT INSTITUTI**

Qo‘lyozma huquqida
UO‘K: 659.1.011.4:677.001.76

AXMEDOVA NAZOKAT ZIKIRILLO QIZI

**KORXONALARDA MEDIAREKLAMA FAOLIYATI
SAMARADORLIGINI OSHIRISH**

08.00.11–Marketing (iqtisodiyot fanlari)

**Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori ilmiy darajasini
olish uchun yozilgan
D I S S E R T A T S I Y A**

Ilmiy rahbar: Muminova Nargiza Maxsudjonovna
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Toshkent – 2026

MUNDARIJA:

KIRISH.....	3
I BOB. KORXONALARDA MEDIAREKLAMA FAOLIYATINING ILMIY NAZARIY ASOSLARI.....	12
1.1. Mediareklamaning nazariy-uslubiy asoslari.....	12
1.2. Mediareklama faoliyatining mazmuni, mohiyati va turlari.....	23
1.3. Mediareklamaning onlayn biznesdagi o‘rni.....	29
Birinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	40
II BOB. O‘ZBEKISTONDA MEDIAREKLAMA FAOLIYATI SAMARADORLIGI TAHLILI.....	42
2.1. Korxonalarda mediareklamadan foydalanishda xorijiy mamlakatlar tajribasi tahlili.....	42
2.2. O‘zbekistonda mediareklama faoliyati holati tahlili.....	53
2.3. Korxonalarda mediareklama faoliyati samaradorlik ko‘rsatkichlari tahlili.....	70
Ikkinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	83
III BOB. YENGIL SANOAT KORXONALARIDA MEDIAREKLAMA FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	86
3.1. Korxonada mediareklamani rivojlantirishda marketpleyslardan foydalanishni takomillashtirish.....	86
3.2. Onlayn platformalarda korxona mediareklama samaradorligini baholash usullarini takomillashtirish.....	104
3.3. To‘qimachilik korxonalarida mediareklama ko‘rsatkichlarini ekonometrik tadqiq qilish.....	116
Uchinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	132
XULOSALAR	134
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	138
ILOVALAR.....	145

KIRISH

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Bugungi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida media va mediareklama sohasi nafaqat axborot tarqatish vositasi, balki korxonalar faoliyatida muhim iqtisodiy resursga aylangan. Zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida mediareklama korxonalarning bozor muhitidagi raqobatbardoshligini ta'minlash, mahsulot va xizmatlarni iste'molchiga samarali yetkazishning eng muhim vositalaridan biriga aylangan. Raqamli marketing, kontekstli mediareklama, ijtimoiy tarmoqlar orqali nishonli auditoriyaga murojaat qilish imkoniyatlari mediareklama faoliyatining strategik ahamiyatini oshirmoqda. Xalqaro statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023 yilda global mediareklama bozori hajmi 865 milliard AQSH dollarini tashkil etib, uning 65% dan ortig'i digital media orqali amalga oshirilgan¹. Ayniqsa, internet-mediareklama (search, display, social media) segmentlari eng tez rivojlanayotgan sohalardan biri sifatida ajralib turmoqda. Bu ko'rsatkich mediareklamaning iqtisodiy salohiyati ortib borayotganini, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari, va mobil ilovalar orqali mediareklama strategiyalari asosiy yo'nalish sifatida qaralayotganini ko'rsatadi.

Jahon tajribasida mediareklama bozori misli ko'rilmagan tezlikda o'sib bormoqda. So'nggi yillarda reklama byudjetlarining katta qismi an'anaviy vositalardan raqamli platformalarga yo'naltirilmoqda. 2024 yil yakunlari bo'yicha jahon mediareklama bozori hajmi 1,04 trillion AQSH dollarini tashkil etdi, bu ko'rsatkich 2023 yilga nisbatan qariyb 9,5 foiz o'sishni anglatadi². Ushbu jarayon global mediareklama industriyasi raqamli transformatsiya bosqichida ekanini ko'rsatadi. Soha tahlillariga ko'ra, mediareklama xarajatlarining 60–65 foizi raqamli platformalarga (search, display, social media, mobile) yo'naltirilgan bo'lib, bu segment eng tez rivojlanayotgan yo'nalish sifatida ajralib turmoqda. 2024 yilda jahon bo'yicha raqamli reklama sarflari 740,3 milliard AQSH dollariga yetdi, ya'ni o'tgan yilgi ko'rsatkichdan

¹ https://www.visionresearchreports.com/digital-advertising-market/41044?utm_source=.com
Digital Advertising Market (By Platform: Computer, Smartphone; By Format: Text, Image, Video; By Type; By End-user) - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, Revenue, Regional Outlook and Forecast 2024-2033

² <https://www.emarketer.com/content/global-ad-revenues-hit--1-trillion-milestone-2024--says-groupm-forecast>.

8,9 foiz ko'pdir. Ulardan eng yuqori sur'atda rivojlanayotgan segmentlardan biri ijtimoiy tarmoqlar reklamalari bo'lib, ushbu yo'nalish bo'yicha xarajatlar yil davomida 15 foizga oshgan. Shuningdek, raqamli video reklama va mobil ilovalar orqali amalga oshirilayotgan reklama kompaniyalari ham sezilarli o'sish tendensiyasiga ega. Ushbu raqamlar shuni ko'rsatadiki, jahon amaliyotida mediareklama nafaqat mahsulot va xizmatlarni iste'molchiga yetkazish vositasi, balki korxonalar raqobatbardoshligini belgilovchi muhim strategik omil sifatida shakllanmoqda. Jahon amaliyotida reklama samaradorligini oshirish maqsadida auditoriyani segmentlash, big data tahlillari, sun'iy intellekt asosida personalizatsiya qilingan kontent yaratish kabi yondashuvlardan keng foydalanilmoqda. Shuningdek, reklama natijalarini real vaqt rejimida monitoring qilish va qayta optimallashtirish zamonaviy marketing strategiyalarining ajralmas qismiga aylangan. Korxonalarda mediareklama faoliyatining samaradorligini tahlil qilish, mavjud muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish yo'llarini ishlab chiqish zamonaviy marketing strategiyalarining muhim yo'nalishlaridan biridir. Mediareklama budjetining oqilona taqsimlanishi, auditoriyaga to'g'ri yo'naltirilgan kontent va platformalar tanlovi-bularning barchasi mediareklamani iqtisodiy samaradorligiga bevosita ta'sir qiladi. Shunday ekan, ushbu tadqiqot ishida mediareklama vositalaridan foydalanish amaliyoti, samaradorlikni baholash usullari hamda raqamli marketing muhitida mediareklama strategiyalarini takomillashtirishga oid takliflar ishlab chiqildi.

O'zbekiston sharoitida ham mediareklama faoliyati so'nggi yillarda jadal sur'atlar bilan rivojlanib bormoqda. Internet infratuzilmasining kengaytirilishi, mobil texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlarning ommalashuvi natijasida korxonalar o'z mediareklamalarini an'anaviy vositalardan raqamli kanallarga yo'naltirishmoqda. Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2023 yilda mediareklama xizmatlari hajmi 1,1 trillion so'mdan oshgan bo'lib, shundan katta qismi digital mediareklama orqali amalga oshirilgan. Bu esa, o'z navbatida, korxonalarda mediareklama strategiyalarining samaradorligini tahlil qilish, ularni iqtisodiy jihatdan takomillashtirish masalasini dolzarb etib qo'ymoqda. Bundan tashqari, mediareklama iqtisodiy rivojlanishga turtki beruvchi muhim omillardan biri sifatida ko'rilmogda, bu esa uni chuqur ilmiy tahlil qilish va takomillashtirish zaruratini yuzaga keltiradi.