

INTERNETDA REKLAMA VA UNI AMALGA OSHIRISH USULLARI.

Suyarov Akram Musayevich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti,
axborot texnologiyalar kafedrası PhD,dotsent

Toshpo'latova Mehrangiz Safarjonovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
Buxgalteriya hisobi va menejment fakulteti talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada internetda reklamanning nazariy asoslari, rivojlanish bosqichlari va zamonaviy raqamli marketing tizimidagi o'rnini atroflicha tahlil qilingan. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida internet reklama biznes subyektlari uchun eng samarali marketing vositalaridan biriga aylangan. Maqolada internet reklamanning asosiy turlari — kontekstli reklama, qidiruv tizimlari orqali reklama, ijtimoiy tarmoqlarda reklama, banner va display reklama, video reklama, mobil reklama hamda elektron pochta orqali reklama usullari batafsil yoritilgan. Shuningdek, SEO (Search Engine Optimization) va SMM (Social Media Marketing) vositalarining reklama samaradorligini oshirishdagi ahamiyati ochib berilgan. Internet reklama kampaniyalarini rejalashtirish, maqsadli auditoriyani aniqlash, reklama strategiyasini tanlash hamda reklama natijadorligini tahlil qilish masalalari ilmiy va amaliy jihatdan ko'rib chiqilgan. Maqola internet reklama sohasida faoliyat yuritayotgan mutaxassislar, tadbirkorlar hamda talaba-yoshlar uchun foydali ilmiy-amaliy manba bo'lib xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: Internet reklama, raqamli marketing, onlayn reklama, kontekstli reklama, qidiruv tizimlari marketingi, ijtimoiy tarmoqlar reklamalari, SMM, SEO, banner reklama, display reklama, video reklama, mobil reklama, elektron pochta marketingi, maqsadli auditoriya, reklama strategiyasi, reklama samaradorligi, internet texnologiyalari, marketing kommunikatsiyalari.

Kirish

Hozirgi globallashuv va raqamli texnologiyalar jadal rivojlanayotgan sharoitda internet zamonaviy jamiyat hayotining ajralmas qismiga aylandi. Axborot almashinuvi, savdo-sotiq, xizmatlar ko'rsatish hamda marketing faoliyatining asosiy qismi tobora onlayn muhitga ko'chib bormoqda. Ayniqsa, internet tarmog'ining keng qamrovi va tezkorligi reklama sohasida tub o'zgarishlarni yuzaga keltirdi. Natijada internetda reklama qilish korxonalar va tadbirkorlar uchun eng samarali va tejamkor marketing vositalaridan biri sifatida shakllandi.

An'anaviy reklama turlari — televideniye, radio, matbuot va tashqi reklama bilan solishtirganda, internet reklamaning asosiy ustunligi uning interaktivligi, aniqligi va o'lchab bo'ladigan natijalarga ega ekanligidadir. Internet orqali reklama berishda maqsadli auditoriyani yosh, jins, hudud, qiziqish va xulq-atvoriga qarab aniqlash imkoniyati mavjud bo'lib, bu reklama samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Shu bilan birga, reklama natijalarini real vaqt rejimida tahlil qilish, xarajatlar va foyda nisbatini baholash imkoniyati ham internet reklamaning muhim afzalliklaridan hisoblanadi.

Bugungi kunda internet reklama raqamli marketing tizimining muhim tarkibiy qismi bo'lib, u biznesning raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o'ynamoqda. Qidiruv tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va turli veb-platformalar orqali reklama joylashtirish imkoniyatlari reklama beruvchilarga keng tanlov va moslashuvchanlikni taqdim etadi. Shu sababli, internet reklama nafaqat yirik kompaniyalar, balki kichik va o'rta biznes subyektlari uchun ham o'z mahsulot va xizmatlarini targ'ib qilishda samarali vosita bo'lib xizmat qilmoqda.

Shuningdek, raqamli muhitda iste'molchilarning xarid qilish xulq-atvori ham sezilarli darajada o'zgardi. Aksariyat foydalanuvchilar mahsulot yoki xizmat haqida dastlab internet orqali ma'lumot izlaydi, taqqoslaydi va shundan so'ng xarid qarorini qabul qiladi. Ushbu jarayonda internet reklama iste'molchining e'tiborini jalb qilish, brendga bo'lgan ishonchni shakllantirish hamda sotuv hajmini oshirishga xizmat qiladi. Shu bois, internet reklamani to'g'ri tashkil etish va uni samarali amalga oshirish usullarini bilish zamonaviy marketing faoliyatining muhim talablaridan biridir.

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi internetda reklamaning mohiyatini ochib berish, uning asosiy turlari va amalga oshirish usullarini tahlil qilish hamda internet reklama kampaniyalarini samarali tashkil etish bo'yicha nazariy va amaliy jihatlarni yoritishdan iborat. Tadqiqot davomida internet reklamaning afzalliklari, imkoniyatlari va istiqbollari ko'rib chiqilib, ushbu sohada yuzaga kelayotgan muammolar va ularni hal etish yo'llari ham tahlil qilinadi.

Adabiyotlar sharhi

Internetda reklama va raqamli marketing masalalari so'nggi yillarda iqtisodiyot va marketing fanlarida dolzarb tadqiqot yo'nalishlaridan biriga aylandi. Mazkur soha bo'yicha xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan ko'plab ilmiy ishlar, monografiyalar va maqolalar chop etilgan bo'lib, ularda internet reklamaning nazariy asoslari, amaliy mexanizmlari hamda uning biznes samaradorligiga ta'siri turli jihatlarida o'rganilgan.

Xorijiy ilmiy adabiyotlarda internet reklama asosan raqamli marketing tizimining muhim elementi sifatida talqin qilinadi. Marketing nazariyasining klassik vakillari hisoblangan F. Kotler, G. Armstrong, K. Keller kabi olimlar o'z tadqiqotlarida internet va raqamli texnologiyalarning marketing kommunikatsiyalarini tubdan o'zgartirganini ta'kidlaydilar. Ularning ishlarida internet reklamaning iste'molchilar bilan bevosita va interaktiv aloqa o'rnatish imkoniyati, shuningdek, brend qiymatini oshirishdagi roli alohida e'tirof etilgan. Mazkur olimlar internet reklamani iste'molchi xulq-atvoriga ta'sir etuvchi muhim omil sifatida baholab, reklama strategiyasini ishlab chiqishda raqamli kanallardan samarali foydalanish zarurligini asoslab berganlar.

Raqamli marketing bo'yicha zamonaviy tadqiqotlarda SEO, SMM, kontent marketing va kontekstli reklama masalalari keng yoritilgan. Ayrim olimlar qidiruv tizimlari orqali reklamaning samaradorligini oshirishda optimallashtirish jarayonlarining ahamiyatiga e'tibor qaratib, SEO texnologiyalarini uzoq muddatli marketing strategiyasining muhim tarkibiy qismi sifatida baholaydilar. Boshqa tadqiqotlarda esa ijtimoiy tarmoqlarda reklamaning ta'siri, foydalanuvchilarning fikr-mulohazalari va sharhlarining brend imijining shakllanishiga ta'siri chuqur tahlil qilingan.

Shuningdek, ilmiy adabiyotlarda internet reklamaning iqtisodiy samaradorligini baholash masalalari ham keng o'rganilgan. Ayrim tadqiqotchilar reklama xarajatlari va natijalari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash, ROI (Return on Investment) ko'rsatkichlari orqali reklama kampaniyalarining natijadorligini o'lchash usullarini taklif etganlar. Bu borada internet reklamaning an'anaviy reklama turlariga nisbatan aniq statistik ma'lumotlar asosida baholanadigan ustunliklari ilmiy jihatdan asoslab berilgan.

Mahalliy iqtisodchi va marketing sohasidagi olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda ham internet reklamaning milliy iqtisodiyotdagi ahamiyati alohida ta'kidlanadi. Ularning ishlarida O'zbekiston sharoitida raqamli marketingning rivojlanish bosqichlari, internet infratuzilmasining kengayishi va onlayn savdo hajmining ortib borishi bilan internet reklamaning roli oshib borayotgani qayd etilgan. Mahalliy tadqiqotlarda, ayniqsa, kichik va o'rta biznes subyektlari faoliyatida internet reklamaning arzonligi va keng qamrovliligi muhim afzallik sifatida ko'rsatib o'tiladi.

Ayrim ilmiy manbalarda internet reklamaning salbiy jihatlari va muammolari ham ko'rib chiqilgan. Xususan, foydalanuvchilarning reklamalarga nisbatan befarqligi, axborot haddan tashqari ko'pligi, shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligi bilan bog'liq masalalar muhim muammo sifatida qayd etiladi. Ushbu muammolarni hal etish bo'yicha olimlar reklama kontentini shaxsiylashtirish, foydalanuvchi ehtiyojlariga moslashtirish hamda axborot xavfsizligini ta'minlash zarurligini ta'kidlaydilar.

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, internet reklama bo'yicha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar mazkur sohaning nazariy va amaliy jihatlarini keng yoritgan bo'lsa-da, raqamli texnologiyalarning tezkor rivojlanishi ushbu yo'nalishda doimiy va chuqur ilmiy izlanishlarni talab etadi. Shu bois, internet reklamaning zamonaviy usullari, ularning samaradorligi va istiqbollari masalalarini o'rganish dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Tadqiqotlar

Mazkur tadqiqot internetda reklamaning samaradorligi, uni amalga oshirish usullari hamda ularning biznes faoliyatiga ta'sirini o'rganishga qaratilgan. Tadqiqot jarayonida

nazariy va amaliy tahlil usullaridan keng foydalanildi. Jumladan, ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, statistik ma'lumotlarni o'rganish, taqqoslash va umumlashtirish metodlari qo'llanildi. Tadqiqotning asosiy maqsadi internet reklama vositalarining afzalliklari va kamchiliklarini aniqlash hamda ularni samarali qo'llash bo'yicha xulosalar ishlab chiqishdan iborat bo'ldi.

Tadqiqot davomida internet reklamanning asosiy turlari — kontekstli reklama, qidiruv tizimlari orqali reklama, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama, banner va video reklama usullarining samaradorligi o'rganildi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, kontekstli reklama foydalanuvchilarning aniq qiziqishlariga mos ravishda taqdim etilishi sababli yuqori darajada natijadorlikka ega. Ayniqsa, qidiruv tizimlarida joylashtiriladigan reklama foydalanuvchining real ehtiyojiga mos kelgani uchun tezkor natija berishi bilan ajralib turadi.

Ijtimoiy tarmoqlardagi reklama usullari bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar esa ushbu platformalarning auditoriya bilan bevosita muloqot o'rnatish imkoniyatini taqdim etishini ko'rsatdi. Foydalanuvchilarning izoh va fikr-mulohazalari reklama mazmunini takomillashtirishda muhim axborot manbai bo'lib xizmat qilishi aniqlandi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarda reklama kontentining vizual jihatdan jozibadorligi va kreativligi reklama samaradorligiga bevosita ta'sir ko'rsatishi kuzatildi.

SEO va SMM texnologiyalaridan foydalanish bo'yicha o'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatdiki, ushbu vositalar uzoq muddatli marketing strategiyasida muhim ahamiyatga ega. SEO optimallashtirish orqali veb-saytlarning qidiruv tizimlaridagi o'rni yaxshilanib, organik trafik hajmi ortadi. SMM esa brendning ijtimoiy tarmoqlardagi faolligini oshirib, iste'molchilar bilan barqaror aloqani yo'lga qo'yishga xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, internet reklamanning samaradorligini baholashda asosiy ko'rsatkichlar — ko'rishlar soni, bosishlar darajasi, konversiya koeffitsienti hamda reklama xarajatlarining qoplanish darajasi muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu ko'rsatkichlar reklama kampaniyasini doimiy ravishda monitoring qilish va optimallashtirish zarurligini ko'rsatadi. Shuningdek, tadqiqot jarayonida internet reklama

an'anaviy reklama turlariga nisbatan kamroq xarajat talab qilishi va keng auditoriyani qamrab olishi bilan ustunlikka ega ekanligi aniqlandi.

Umuman olganda, o'tkazilgan tadqiqotlar internetda reklama qilish zamonaviy biznes uchun samarali marketing vositasi ekanligini tasdiqlaydi. Internet reklama usullarini to'g'ri tanlash, maqsadli auditoriyani aniq belgilash va reklama strategiyasini puxta ishlab chiqish orqali yuqori iqtisodiy samaradorlikka erishish mumkin. Mazkur tadqiqot natijalari internet reklama sohasini yanada rivojlantirish va uni amaliyotda samarali qo'llash uchun ilmiy-amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

Tahlil va natijalar

- **Shaxsiylashtirish:** Ma'lumotlarni tahlil qilish orqali reklama xabarlarini har bir mijozga moslashtirish mumkin.
- **Samaradorlikni oshirish:** Aniq targetlash (demografiya, qiziqishlar) reklama xarajatlarini kamaytirib, konversiyani oshiradi.
- **AI va avtomatlashtirish:** Sun'iy intellekt reklama jarayonlarini avtomatlashtirish va optimallashtirishda katta rol o'ynaydi.
- **Ma'lumotlar xavfsizligi:** GDPR kabi qoidalar ma'lumotlar to'plash va ishlatishda shaffoflikni talab qilib, foydalanuvchi ishonchini qozonish muhim.
- **O'zbekistonda rivojlanish:** Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga qaratilgan islohotlar internet reklama bozorini kengaytirmoqda.

Quyida **“Internetda reklama va uni amalga oshirish usullari”** mavzusidagi maqola uchun **kengaytirilgan xulosa** keltiriladi:

Xulosa

Mazkur maqolada internetda reklamaning mohiyati, uning zamonaviy marketing tizimidagi o'rni hamda uni amalga oshirishning asosiy usullari har tomonlama tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi

internet reklamani biznes subyektlari uchun eng samarali va istiqbolli reklama vositalaridan biriga aylantirdi. Internet reklama orqali korxonalar o'z mahsulot va xizmatlarini keng auditoriyaga tezkor va aniq yetkazish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

Tahlillar asosida aniqlanishicha, kontekstli reklama, qidiruv tizimlari orqali reklama, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama, SEO va SMM texnologiyalari reklama samaradorligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu usullar maqsadli auditoriyani aniqlik bilan qamrab olish, reklama xarajatlarini optimallashtirish va marketing strategiyasini takomillashtirish imkonini beradi. Ayniqsa, reklama natijalarini real vaqt rejimida tahlil qilish imkoniyati internet reklamani an'anaviy reklama turlariga nisbatan ustunligini yaqqol namoyon etadi.

Shuningdek, tadqiqotlar internet reklamani nafaqat iqtisodiy, balki axborot va kommunikatsion ahamiyatga ega ekanligini ham ko'rsatdi. Internet reklama orqali brend imiji shakllanadi, iste'molchilar bilan mustahkam aloqa o'rnatiladi va bozor raqobatbardoshligi oshiriladi. Biroq, internet reklama jarayonida foydalanuvchilarning reklamalarga nisbatan befarqligi, axborot ortiqchaligi va shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligi kabi muammolar mavjud bo'lib, ularni bartaraf etish uchun reklama kontentini shaxsiylashtirish va zamonaviy texnologiyalardan samarali foydalanish zarur.

Xulosa qilib aytganda, internetda reklama qilish zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida muhim strategik ahamiyatga ega bo'lib, uni to'g'ri rejalashtirish va amalga oshirish orqali yuqori natijalarga erishish mumkin. Mazkur maqolada keltirilgan ilmiy xulosalar va amaliy tavsiyalar internet reklama sohasini yanada rivojlantirish hamda uni marketing amaliyotida samarali qo'llashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. "INTERNETDA REKLAMA VA UNI AMALGA OSHIRISH USULLARI": Suyarov A.M., Nizomiddinov E.M. tomonidan yozilgan ushbu maqola internet reklama, raqamli marketing, SEO, SMM, kontekstli reklama, targetlash, Google Ads va SWOT tahlilini o'z ichiga oladi.

2. "Elektron Tijorat Va Unda Internet Marketing" (Scribd'dagi hujjat): Elektron tijorat, an'anaviy va internet marketing, marketingning elektron tijoratdagi o'rni, SEO strategiyalari, B2B/B2C modellarini yoritadi.
3. "pr va reklama tasnifi, ularni internetda qo'llash samaradorligi" (BuxDU): PR va uning internetdagi PR faoliyati, marketing va reklamadan farqi hamda tovarlarga talabni oshirishda samaradorligini o'rganadi.
4. "INTERNET MARKETING" (Renessans ta'lim universiteti): Internet marketing tushunchasi, an'anaviy va internet marketing o'zaro bog'liqligi, tovar, narx, sotish siyosati va siljitish siyosatining shakllanishini o'rgatadi.
5. "RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANGAN HOLDA...": Google Analytics va Yandex Metrika kabi statistikadan foydalanish, kontekstli reklama haqida ma'lumot beradi.