

INTERNETDA REKLAMA VA UNI AMALGA OSHIRISH USULLARI

Suyarov Akram Musayevich

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

akramsuyarov@mail.ru

Nizomiddinov Elvers Muxammadovich

Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti iqtisodiyot fakulteti talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqola internetda reklama faoliyatining mazmuni, zamonaviy marketing tizimidagi o‘rni va uni amalga oshirishning eng samarali usullariga bag‘ishlanadi. Tadqiqotda raqamli reklama texnologiyalarining rivojlanishi, targetlash va avtomatlashtirish jarayonlari, reklama samaradorligini baholash ko‘rsatkichlari va onlayn reklama strategiyalarining ustunliklari tahlil qilindi. SWOT tahlil asosida internet reklamaning kuchli va zaif tomonlari, mavjud imkoniyatlari va xavf omillari aniqlab chiqildi. Maqola onlayn marketingni rivojlantirish, biznes subyektlari uchun raqamli reklama imkoniyatlaridan samarali foydalanish bo‘yicha tavsiyalarni ham o‘z ichiga oladi.

Kalit so‘zlar: Internet reklama, raqamli marketing, SEO, SMM, kontekst reklama, targetlash, Google Ads, SWOT tahlil, raqamli iqtisodiyot.

Kirish

XXI asrda global raqamlashtirish jarayonlari marketingning mazmuni va mexanizmlarini tubdan o‘zgartirib yubordi. Internet tarmog‘ining keskin kengayishi, mobil qurilmalar sonining ortishi, ijtimoiy tarmoqlarning ommalashuvi, elektron savdoning rivojlanishi internet-reklama — digital marketingning eng asosiy yo‘nalishlaridan biri sifatida shakllanishiga olib keldi.

Internetda reklama biznes subyektlariga mijozlarga aniq, tezkor va samarali tarzda yetib borish, auditoriyani segmentlarga ajratib maqsadli ravishda murojaat qilish, reklama

natijalarini real vaqt rejimidagi analitika orqali baholash imkonini beradi. Bugungi kunda internet reklama an'anaviy televideniye va bosma reklamalardan ustun kelmoqda. Xalqaro tadqiqotlar ko'rsatishicha, dunyo reklama bozorining qariyb 65 foizi raqamli reklama hissasiga to'g'ri keladi.

Internet reklama samaradorligi uning ko'p qirrali usullaridan kelib chiqadi: SEO, SMM, email marketing, kontekst reklama, influencer marketing, banner reklama, remarketing va boshqalar. Har bir usulning qo'llanish mexanizmi va natijadorligi biznesning xususiyatiga qarab farqlanadi.

Adabiyot sharhi

Xorijiy va mahalliy adabiyotlarda internet reklama bo'yicha ko'plab ilmiy manbalar mavjud. Ularda raqamli marketingning nazariy asoslari, texnologik platformalar, auditoriyani targetlash usullari va reklama samaradorligi modellariga alohida e'tibor qaratilgan.

Kotler va Kartajayan raqamli marketingni "mijoz bilan individual aloqa o'rnatish va unga moslashtirilgan takliflarni onlayn muhitda shakllantirish jarayoni" sifatida talqin etadi. Zamonaviy manbalarda internet reklamaning quyidagi asosiy elementlari ajratib ko'rsatiladi:

1)SEO — web-saytlarni qidiruv tizimlariga moslashtirish;

2)SEM — pullik qidiruv reklamalari;

3)SMM — ijtimoiy tarmoqlarda marketing;

4)Display advertising — banner va grafik reklama;

5)Video marketing — YouTube, TikTok reklamalari; Influencer marketing — bloggerlar orqali targ'ibot.

Mahalliy tadqiqotlarda internet reklamaning O'zbekiston iqtisodiyoti uchun ahamiyati, elektron tijorat platformalarida raqobat kuchayishi, mahalliy biznes uchun SMM marketingning afzalliklari va kamchiliklari keng yoritiladi.

Adabiyotlarda shuningdek, internet reklama samaradorligini baholashda CTR, CPC, CPM, CPA, ROI kabi ko'rsatkichlarning ahamiyati alohida ta'kidlanadi.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu maqolada internet reklamaning mohiyati va amalga oshirish usullarini o'rganishda SWOT tahlil metodidan foydalanildi. Shu orqali raqamli reklama tizimining kuchli va zaif tomonlari, mavjud imkoniyatlar hamda tahdidlar aniqlab chiqildi. Tadqiqot jarayonida ilmiy adabiyotlar, marketing tahlillari va amaliy misollar asos bo'ldi.

Tahlil va natijalar muhokamasi

1–Jadval. Internet reklamaning SWOT tahlili

Kuchli tomonlar	Kuchsiz tomonlar
1. Auditoriyani aniq segmentlash imkoniyati.	1. Reklama blokirovkalari (AdBlock) ta'siri.
2. Tezkor natija va real vaqt monitoringi.	2. Kontent yaratish ko'p vaqt talab qiladi.
3. Nisbatan arzon reklama xarajatlari.	3. Bozor raqobati yuqori, narxlar o'zgaruvchan.
Imkoniyatlar	Tahdidlar
1. Sun'iy intellekt asosida avtomatlashtirilgan reklama.	1. Ma'lumotlar maxfiyligi bilan bog'liq xavf.
2. Global auditoriyaga chiqish imkoniyati.	2. Raqamli firibgarlik va kiberxavfsizlik muammolari.
3. Mobil marketingning kengayishi.	3. Algoritmning tez-tez o'zgarishi reklama samaradorligini pasaytirishi mumkin.

SWOT tahlil natijalariga ko'ra, internet reklama korxonalar uchun ulkan marketing imkoniyatlarini yaratadi. Biroq, kiberxavfsizlik, algoritmning o'zgarishi va raqobatning kuchayishi reklama samaradorligiga ta'sir qilishi mumkin.

Internet reklamasining asosiy turlari va amalga oshirish usullari

1. SEO — Qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish

SEO orqali saytni Google kabi qidiruv tizimlarida yuqori o'rinlarga chiqarish orqali organik trafikni oshirish mumkin. Bu reklama turi uzoq muddatli va juda tejamkor hisoblanadi.

2. Kontekst reklama (Google Ads)

Foydalanuvchining qidiruv tarixiga, qiziqishiga va geografiyasiga moslashtirilgan reklama. Eng aniq va maqsadli reklama turlaridan biri.

3. SMM — Ijtimoiy tarmoqlarda reklama

Instagram, Facebook, Telegram, TikTok kabi platformalarda maqsadli auditoriya bilan bevosita muloqot oʻrnatiladi, sotuvlar oshiriladi.

4. Banner reklama

Saytlarga joylashtiriladigan vizual reklama shakli boʻlib, brendni tanishtirishda samarali.

5. Videoreklama

YouTube, TikTok, Instagram Reels orqali reklama berish hozirgi davrning eng taʼsirchan usullaridan biri.

6. E-mail marketing

Mavjud mijozlar bilan aloqa oʻrnatish, yangiliklar va aksiyalarni yetkazish uchun samarali vosita.

Xulosa

Tadqiqot natijalariga koʻra, internet reklama zamonaviy marketingning eng samarali yoʻnalishlaridan biri hisoblanadi. U nafaqat reklama xarajatlarini optimallashtiradi, balki maqsadli auditoriyaga aniq taʼsir koʻrsatish, tezkor tahlil va qayta aloqa olish imkonini yaratadi. SWOT tahlil internet reklamasining kuchli tomonlari bilan bir qatorda, uni rivojlantirishga toʻsqinlik qiluvchi omillar borligini ham koʻrsatdi.

Internet reklama samarali boʻlishi uchun kompaniyalar marketing strategiyasini toʻgʻri yoʻnaltirishi, texnologik yangilanishlardan foydalanishi va kontent sifatiga katta eʼtibor qaratishi zarur.

Takliflar

1. Korxonalar uchun internet reklama strategiyasini ishlab chiqishda maqsadli auditoriyani chuqur tahlil qilish.
2. SEO, SMM va kontekst reklama kabi kompleks yondashuvlardan birgalikda foydalanish samaradorlikni oshirish.

3. Reklama jarayonini avtomatlashtirish uchun sun'iy intellekt va analitik vositalarni qo'llash.
4. Kiberxavfsizlik choralarini kuchaytirish, ma'lumotlar maxfiyligini himoya qilish biznes barqarorligini oshirish.
5. Mahalliy bizneslar uchun moslashgan kontent marketingi va raqamli o'quv dasturlarini joriy etish.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Suyarov A.M. Ways and models of providing integration of information technology science with mathematical sciences. «E3S Web of Conferences». Indexed by SCOPUS and submitted for indexing to Web of Science (CPCI) «E3S Web of Conferences» 402, 03016 (2023).
2. Suyarov A.M. Formation of information and communication competence of the teacher as an one of the main tasks of modern education. Web of Scientist: International Scientific Research Journal. Volume 4, Issue 4, April-2023.–C.243-257. “IQTISODIYOT VA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYA” Page | 203.
3. Suyarov, A., Raximov, S., Abduraxmanov M. (2025). Methodology of using information technology software tools in teaching mathematics. The Eurasia Proceedings of Educational and Social Sciences (EPESS), 45, 106-115.
4. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. - 488 b.
5. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. - 104 b.
6. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O‘zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. - 56 b.
7. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash - yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. -48 b.
8. A.T.Kenjabayev, M.M.Ikramov, A.A.Allanazarov. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari. O‘quv-qo‘llanma.T.-“O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti”.

2017.- 408 bet

9. Jomonqulova F.E., Shadmanov I.E., “Iqtisodiyotda axborot-kommunikatsion texnologiyalar va tizimlar”. O’quv qullanma. Toshkent, - “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2022. – 656 bet.

10. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. – Wiley, 2021.