

## INTERNET-MARKETINGDAN FOYDALANISHNING IMKONIYATLARI VA XUSUSIYATLARI

*Fargʻona ICHSHUI kasb-hunar maktabi  
maxsus fan oʻqituvchisi*

**Homidova Shaxnoza Toxirovna**

**Annotasiya:** *Internet-marketingdan foydalanishning imkoniyatlari va xususiyatlari haqida maʼlumotlar berilgan.*

**Kalit soʻzlar:** *raqamli marketing, internet-reklama, brend, kontekstli reklama, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama, media reklama, virusli reklama*

Raqamli texnologiyalari davrida internetning rivojlanib borishi ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatiga boʻlgan extiyoj sezilarli ravishda oshdi. Raqamli iqtisodiyot rivojlanayotgan davrda internet hal qiluvchi oʻrinni egallaydi. Bu ayniqsa internet-marketing sohasida sezilarli tasiriga ega. XX asrning oʻrtalarida kashf qilingan internet, XXI asr boshlariga kelib, butun dunyo boʻylab toʻplangan turli axborotlar, ichki aloqalari, avvalo elektron tijorat uchun muhim imkoniyatlari mavjud boʻlgan katta maʼlumot manbalari kutubxonasiga aylandi. Bugungi kunda, Internet marketologlar uchun asosiy vosita va manbaa hisoblanadi. Albatta internetning rivojlanishi internet-marketingning tijorat tashkilotlari marketing faoliyati davomida alohida va muhim tarmoq sifatida rivojlanishida taʼsir qilmasdan qolmaydi. Tabiiyki yurtimizda ham internet-marketingga alohida eʼtibor qaratilmoqda. Ayniqsa soʻngi yillarda internet tezligi oshganligi va har bir oilaga kirib borganligi bunga jiddiy turtki boʻldi.

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3-iyuldagi PQ-3832-sonli qaroriga binoan iqtisodiyotning raqamli sektorini rivojlantirish borasida davlat tomonidan keng koʻlamli chora-tadbirlar koʻrilmoqda, elektron hujjat aylanishi tizimlari joriy etilmoqda, elektron toʻlovlar rivojlantirilmoqda va elektron tijorat sohasidagi normativ-huquqiy baza takomillashtirilmoqda.

Hozirgi kunda innovatsion marketing texnologiyalari: internet marketing, internet-reklama, one-to-one (munosabatlar) marketingi, mobil marketing, toʻgʻridan-toʻgʻri marketing yoʻnalish va shakllarini rivojlantirish, korxonalar va haridorlar aloqalarini oʻzaro online tarzda tashkil etish, marketing tadqiqotlarini olib borish, tovar va xizmatlarni siljitishda internet-reklama uslublaridan foydalanish reklama sohasining takomillashuviga olib keldi.

Shuningdek, korxonalar faoliyatida internet-reklamaning nazariy hamda amaliy tomonlarini oʻrganish bilan bir qatorda bozor sharoitida korxonalarining

sotish bilan bogʻliq muammolar tahlilini oʻtkazish oʻzaro xulosalarni shakllantirish va ularning yechimini topishga eʼtiborini qaratadi. Shu boisdan tovarlarni siljitishda

raqamli marketingning eng yaqin yordamchisi bo'lgan internet-reklamadan foydalanish muhim mezon sifatida qaralmoqda.

Internet-reklama bozori 1990 yillarning o'rtalarida shakllana boshlagan. 2000 yillarga kelib internet iste'molchilar uchun ma'lumot almashishning asosiy eng asosiy vositasiga aylandi. Internet-reklama yoki internetda reklama internetga joylashtirilgan turli xil grafik va matnli reklama materiallarini o'z ichiga oladi.[1]

Internet-reklamanning vazifalari – xaridorni o'ziga jalb qilish, mahsulot sotuv hajmini oshirish, doimiy imidjni saqlash va boshqalardan iborat. Xaridorni jalb qilishda reklama mahsulot, xizmatlar. sotiladigan joy bilan auditoriyani tanishtiradi. Bundan tashqari raqobatchilardan o'zib ketishini taminlashi va brend mavqeini ko'tarishi mumkin.

Hozirgi kunda internet-reklama dunyo miqyosida eng ommabob reklama hisoblanadi va kompaniyalar internet reklamasi orqali o'z mijozlarini ega bo'lmoqda. Bu esa barcha ishlab chiqaruvchi kompaniyalarga muhim ahamiyatga egadir.

Agar siz o'zingizning biznesingizni boshlashni xohlasangiz, lekin qanday biznesni ochishni bilmasangiz, minimal sarmoyali biznes uchun g'oyalar tanlov to'g'risida qaror qabul qilishga yordam beradi. O'zingizning biznes g'oyangizni tanlaganingizdan so'ng, uni amalga oshirishni boshlang.

Reklama har qanday biznesning muhim tarkibiy qismlaridan biridir. Uni chaqirishlari ajablanarli emas savdo vositasi. Axir, potentsial xaridorlar ular haqida bilishmasa, hatto eng ajoyib mahsulot yoki xizmat ham talabga ega bo'lmaydi.

Avval marketing nima ekanligiga to'xtalib o'tamiz. Marketing, boshqa har qanday biznes funksiyalaridan ko'ra ko'proq mijozlar bilan shug'ullanadi. "Marketing" so'zi ingliz tilidan tarjima qilinganda "bozordagi faoliyat", "bozor faoliyati", "bozorni tadqiq qilish" ma'nosini bildiradi. Marketingning qachon paydo bo'lganligi haqida ko'pgina fikrlar mavjud. Agar biz marketingni kelib chiqishini reklama bilan bog'laydigan bo'lsak, milloddan avvalgi 3000 yilda Vavilonda birinchi marotaba qochib ketgan qulni tutib kelishi uchun mukofot e'lon qilingan va ommaga jar solishgan. Marketingning birinchi elementlari (og'zaki reklama, almashuv shakllarini kelishish) odamzot monopol natural xo'jaligidan xalos bo'lib, savdoning ilk shakllari paydo bo'lgan paytdan boshlab vujudga keldi. Vaholanki, agar reklama marketingning muhim funksiyasi ekanligini tan olsak, bundan uch ming yil ilgari Vavilonda qochoq qullar evaziga mukofot: ikkita ho'kiz va'da qiluvchi maxsus belgilar mavjudligini yodga olish joiz.

Boshqa so'z bilan aytganda, marketing xaridorga u xohlaydigan narsani ta'minlab, bunda oqilona narxni belgilab va tovarlarni unga qulay bo'lgan joyda va kerakli miqdorda xarid qilish imkoniyatini berish orqali muvaffaqiyatga erishish mumkinligiga hammani ishontiradi.

Qanday bo'lmasin marketing amaliy-ilmiy fan sohasi sifatida AQShda qollanila boshladi. U yerda bu vaqtda "ommaviy iste'mol jamiyati" shakllanayotgan edi. Shuningdek, insoniyat tarixida birinchi bor iste'molchilik boyliklarining asosiy miqdori, shu jumladan, uy joy, avtomobillar, uy-ro'zg'or texnikasi, keyinchalik esa ta'lim va sog'liqni saqlash iste'mol

krediti yordamida bo'lsa ham, aholining keng qatlamlari uchun ochildi. Eng muhimi, oddiy fuqarolarda haqiqiy tanlash imkoniyati qaysi tovarlarni va qanday miqdorda iste'mol qilish imkoniyati paydo bo'ldi.

Hozirgi zamon marketing adabiyotlarida marketingning juda ko'p ta'riflari beriladi. Ulardan eng muhimlari quyidagilar:

"Marketing firma tadbirkorlik faoliyatining hamma tomonlarini boshqarish jarayonidir" (P.Druker. Menejment amaliyoti.1973)

"Marketing raqobat sharoitida firma ning strategiyasi va taktikasini belgilaydigan zamonaviy biznes falsafasidir" (Marketing asoslari. AQSh, 1984)

"Marketing bu ijtimoiy va boshqaruv jarayoni bo'lib, unda yakka shaxslar yoki tashkilotlar boshqalar bilan qiymat yaratish va ayirboshlash orqali o'zlari hohlagan va ehtiyojlaridagi narsani qo'lga kiritishadi".

Ba'zilar marketingni reklama qilish va sotish, deb tushunadilar. Ammo marketing bularni o'z ichiga qamrab oluvchi keng tushuncha hisoblanadi. Marketingni reklama qilish va sotishdan farqlashning eng yaxshi yo'li marketing umumiy doira, desak doira ichida biz bir necha segmentlarni ajratib olamiz. Bu segmentlar reklama qilish, marketing tadqiqotlari, media rejalashtirish, jamoatchilik bilan aloqalar, tovar narxini belgilash, iste'molchilarni qo'llab-quvvatlash, sotish strategiyasi va jamoatchilikni jalb qilishdan iborat. Reklama va sotish faqatgina doiraning bir bo'laklari xolos. Marketing faoliyati oldiga qo'ygan maqsadga erishishi uchun bu elementlar nafaqat alohida, balki hammasi birgalikda ishlashi kerak. Ko'rib turibsizki, marketing juda serqirra jarayon. Bu bozor munosabatlari subyektlarining, shuningdek, ta'minotchilar, amaliy iqtisodchilar, olimlar, butun tashkilotlar, hatto hukumat idoralarining bozor falsafasi, fikrlash strategiyasi va taktikasi, faoliyatidir.

Hozirgi kunda internet-reklamaning quyidagi turlari mavjud:

1. SEO reklama (Search Engine Optimization)
2. Kontekstli reklama
3. Ijtimoiy tarmoqlardagi reklama (SMM)
4. Media reklama
5. Product placement
6. Virusli reklama

SEO internet reklama

Ingliz tilida Search Engine Optimization – qidiruv algoritmini optimallashtirish.

Vazifasi saytda berilgan qidiruvlarga yuqori darajada natijalarni taqdim etish. Hozirgi kundagi eng ko'p foydalaniladigan qidiruv saytlar Google va Yandex lardir.

Qidiruv tizimlarini amalga oshirish uchun maxsus "Yandeks metrika" va "Google analytics" statistikalardan foydalaniladi. Vazifasi qidiruv tizimiga kelib tushgan so'rovlarni sonini xisoblaydi.

Kontekstli reklama

Bu reklama beruvchilar uchun tidbit... Reklama bir marta bosish uchun sotiladi. Ya'ni, reklama beruvchi reklama ko'rsatilgan odamlar sonini emas, balki faqat uning resursiga tashrif buyurgan foydalanuvchilar uchun to'laydi.[2] Uning 2 ta turi mavjud:

1. Qidiruvli kontest reklama
2. Bir mavzuga oid reklama

Bu reklama turida xam maxsus metrikalar mavjud bo'lib, ular kliklar orqali hisoblanadi.

#### Ijtimoiy tarmoqlarda reklama

Hozirgi kunda ko'plab ijtimoiy tarmoqlar mavjud bo'lib, ularning imkoniyatlaridan foydalanmaslikning iloji yo'q. SMM — Social Media Marketing «ijtimoiy tarmoqlar marketingi» Ijtimoiy tarmoqlar marketingi reklamasi - ijtimoiy tarmoqlarda turli brend yoki qandaydir mahsulotlar haqida doimiy ma'lumot berib borilishi. Bu maqsadni amalga oshirish uchun ijtimoiy tarmoqlarda guruhlar tashkil etiladi va e'lonlar davriy ravishda berib boriladi. Asosiy xususiyati auditoriyada brendning uzluksiz faoliyati hisoblanadi.

#### Bannerli reklama

Bannerli (mediali) reklamaning maqsadi turli saytlarga bannerlarni joylashtirib, yuqori ko'rsatkichli tashrif buyuruvchilarga ega bo'lish. Bu turdagi reklamaga maxsus grafik e'lonlar yaratiladi. Asosiy maqsad:

- qamrab olish;
- korxonaning xabardorlik darajasi oshirish;
- ko'ngilochar e'lonlar yaratish imkoniyatini taqdim etish.

Banner so'zi inglizcha "banner" iborasidan olingan bo'lib, "bayroq, shior yozilgan lavha" kabi ma'nolarni beradi. Bu reklama turining xarakterli jihati shundaki, grafikli rasm va animatsiyalar keng tarzda qo'llaniladi. Chiroyli tarzda ishlangan bannerlar odamlarni o'ziga tez jalb qiladi va mahsulot imidjini yaratishga yordam beradi. Shuning uchun bo'lsa kerak, onlayn reklamalarning katta qismi bannerlarga joylashtiriladi. Bannerlarni nafaqat internetda, balki ko'chalarda, stadionlarda ham uchratish mumkin.

#### Virusli reklama

Reklamaning bunday turi minimal mablag' xisobiga hayratlanarli natijalarga olib kelishi mumkin. Uning mohiyatida qandaydir bepul, shu bilan bir vaqtda talabga ega bo'lgan axborot (tovarlar yoki xizmatlar)ni tarqatish yotadi. Misol uchun: Siz shaxsiy blogni xostingga qanday joylashtirishni o'zida aks ettiruvchi o'rgatuvchi videorolik suratga olayapsiz. Videorolik yakunida (yoki videorolik davomida) siz dizayn har qanday blogning muvaffaqiyatini ta'minlaydigan eng muxim qism ekanligini aytib o'tasiz va o'zingizning dizayn xizmatlaringizni taklif qilasiz.

Yuqoridagi internet-reklama turlarining o'ziga xos jihatlaridan kelib chiqib, boshqa turdagi reklamalardan quyidagi jihatlari bilan ajralib turadi:

- web-muhitdagi reklama manzilli bo'lib, reklamaning auditoriyasi sonini aniq bilish mumkin;
- narx jihatdan arzon;

- auditoriyaning tarkibi moddiy imkoniyatlarga ega bo'lgan aholi qatlamidan iborat;
- internetning o'zida barcha savollarga javob olib, mijozlar bilan bevosita aloqaga chiqish usullari mujassam;
- internetda TVdan farqli ravishda reklama vaqti chegaralanmagan;
- internetda reklama qilinayotgan mahsulot yoki xizmatlar haqidagi barcha ma'lumotlarni o'qish uchun qulay uslubda bera olish imkoniyati mavjud;
- matn, rasm, ovoz, video va boshqalar bir vaqtning o'zida beriladi;
- internet-reklamaning mobil xususiyatga ega ekanligi.

Bugungi kunda mamlakat iqtisodiyotini rivojlantiruvchi barcha sohalarda keng ko'lamli raqamlashtirish ishlari jadal sur'atlarda rivojlanmoqda. Qolaversa, butun dunyoda raqamli iqtisodiyot platformalarini joriy etish va takomillashtirish borasida katta loyihalar amalga oshirilmoqda. Xususan, korxonalar mahsulot va xizmatlarini iste'molchilarni xabardor qilishda raqamli marketing texnologiyalari va raqamli reklama elementlaridan biri bo'lgan internet-reklamaning rivojlanishi hamda joriy etilishi reklama xarajatlarini tejashga, mijozlarni jalb etishga, ular sonini oshirishga, brend mashhurligini ta'minlashga va savdo hajmini oshirishga xizmat qiladi.

Xulosa qilib aytganda hozirgi davrga kelib dunyoda axborot, internet, iqtisodiyotni raqamlashtirish va internet-marketing kabi zamonaviy sohalar izchil rivojlanmoqda. Albatta zamon bilan hamnafas bo'lishimiz, jahon bozoriga to'siqlarsiz kirib borishimiz uchun yuqoridagi sohalar rivojini yurtimizda ham ta'minlashimiz zarur. Zero bu bilan mamlakatimiz iqtisodiyoti ravnaqi, yuksalishi yo'lida o'z hissamizni qo'shsak aholi farovonligi, yurtimiz osoyishtaligida o'z hissamizni qo'shgan hisoblanamiz. Endi siz internet-marketing strategiyalarining har xil turlarini yaxshiroq tushunganingizdan so'ng, ularni kompaniyangiz uchun ishlatish vaqti keldi. SEO kontentini yaratish xizmatlari, ijtimoiy media marketing xizmatlari va boshqa ko'p imkoniyatli xizmatlardan foydalanishimiz mumkun.

#### **FOYDALANILGAN ADAIYOTLAR:**

1. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. - T.: O'zbekiston, 2017. - 104 b.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 2018 yil 28 dekabr. – [www.uza.uz](http://www.uza.uz)
3. Интернет-маркетинг. Учебник/Под общей редакцией О.Н.Жильцова. 2-е издание, переработанное и дополненное – М.: Юрайт, 2018. 301 стр..
4. Abduxalilova L.T. Internet marketing. – T.: Iqtisodiyot, 2019. 265 b.
5. 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.

6..Hamidullo o'g'li, T. H. (2022). HOZIRGI KUNNING DOLZARB IMKONIYATLARI. JAWS VA NVDA DASTURLARI. Scientific Impulse, 1(2), 535-537.

7.Горовик, А. А., Турсунов, Х. Х. (2021) Применение средств визуальной разработки программ для обучения детей программированию на примере scratch. UNIVERSUM, 8(77), 27-30.

8.Zokirov, S. I., Sobirov, M. N., Tursunov, H. K., & Sobirov, M. M. (2019). Development of a hybrid model of a thermophotogenerator and an empirical analysis of the dependence of the efficiency of a photocell on temperature. Journal of Tashkent Institute of Railway Engineers, 15(3), 49-57.

9.Hamidullo o'g'li, T. H. (2022). NEYRON TARMOQLARNING TASNIFI. Scientific Impulse, 1(3), 757-763.

10.<https://cyberleninka.ru/article/n/quyosh-energiyasidan-foydalanib-er-osti-suvlaridan-samarali-foydalanish>

11.<https://elib.buxdu.uz/index.php/pages/referatlar-mustaqil-ish-kurs-ishi/item/13605-marketingda-reklama-savdo-sotiqni-rag-batlantirish>

12. <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-marketing-strategiyasi-va-rivojlanish-metodlari>

13. <https://cyberleninka.ru/article/n/raqamlashgan-marketingning-jamiyatdagi-o-rni>

14. Minamatov, Y.E.O.G.L., & Yusupova, N. M. (2022). SMART TEXNOLOGIYALARDA TA'LIM JARAYONI. Central Asian Academic Journal of Scientific Research, 2(6), 441-445.

15.Okhunov, M., & Minamatov, Y. (2021). Application of Innovative Projects in Information Systems. European Journal of Life Safety and Stability (2660-9630), 11, 167-168.

16. Minamatov, Y. E. U. (2021). APPLICATION OF MODULAR TEACHING TECHNOLOGY IN TECHNOLOGY. Scientific progress, 2(8), 911-913.

17. Minamatov, Y. E. O. G. L., & Nasirdinova, M. H. Q. (2022). APPLICATION OF ICT IN EDUCATION AND TEACHING TECHNOLOGIES. Scientific progress, 3(4), 738-740.