



RAQAMLI REKLAMANING KICHIK VA O'RTA BIZNESGA TA'SIRI

¹Ibragimov G'anijon
Bahromova

²Sevinchoy Shukrullo
qizi

¹*"Innovatsion menejment" kafedrasi PhD dotsenti*

²*Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti,
"Menejment" fakulteti, 3-kurs talabasi*

Annotatsiya: Raqamli reklama zamonaviy marketing vositasi sifatida kichik va o'rta biznes (KOB) uchun tejamkorlik, savdo hajmini oshirish, mijozlar bazasini kengaytirish va global bozorga chiqishda muhim ahamiyatga ega. Tadqiqotda raqamli reklamaning afzalliklari, jumladan, maqsadli auditoriyaga yo'naltirilish, reklama xarajatlarining kamayishi va natijalarni aniq o'lchash imkoniyatlari yoritib beriladi. Shuningdek, 2023-yilda O'zbekistonda faoliyat yuritgan xorijiy kompaniyalarning soliq to'lovlari misolida ushbu vositaning iqtisodiy jihatlari o'rganiladi. Maqola kichik biznes egalari va marketing mutaxassislari uchun amaliy ahamiyatga ega bo'lib, raqamli reklama strategiyalarini samarali tashkil etish bo'yicha tavsiyalarni o'z ichiga oladi.

: raqamli reklama, kichik va o'rta biznes, iqtisodiy ta'sir, marketing strategiyalari, O'zbekiston, Meta.

Ключевые слова: цифровая реклама, малый и средний бизнес, экономическое воздействие, маркетинговые стратегии, Узбекистан, Meta.

Аннотация: Цифровая реклама как современный инструмент маркетинга имеет важное значение для малого и среднего бизнеса (МСБ), обеспечивая экономию средств, увеличение объема продаж, расширение клиентской базы и выход на глобальные рынки. В исследовании освещаются преимущества цифровой рекламы, такие как точное таргетирование аудитории, снижение затрат на рекламу и возможность точного измерения результатов. Также рассматриваются экономические аспекты этого инструмента на примере налоговых отчислений иностранных компаний в Узбекистане в 2023 году. Статья представляет практическую ценность для владельцев бизнеса и

маркетологов, предлагая рекомендации по эффективной организации стратегий цифровой рекламы.

Keywords: digital advertising, small and medium-sized businesses, economic impact, marketing strategies, Uzbekistan, Meta.

Annotation: Digital advertising, as a modern marketing tool, is significant for small and medium-sized businesses (SMEs) by ensuring cost-effectiveness, increasing sales volume, expanding customer bases, and entering global markets. The study highlights the advantages of digital advertising, such as targeted audience reach, reduced advertising expenses, and precise measurement of results. Additionally, it examines the economic aspects of this tool using the example of foreign companies' tax contributions in Uzbekistan in 2023. The article is practically significant for business owners and marketing specialists, offering recommendations for effectively organizing digital advertising strategies.

Raqamli reklama kichik va o'rta biznes (KOB) uchun rivojlanishning muhim omillaridan biri bo'lib, xarajatlarni optimallashtirish, mijozlar bazasini kengaytirish va savdo hajmini oshirish imkonini beradi. Bu zamonaviy vosita kichik byudjet bilan maksimal natijalarga erishishni ta'minlaydi. Quyida raqamli reklamanning KOB uchun iqtisodiy ta'siri tahlil qilinadi.

Raqamli reklama (Digital Advertising) zamonaviy texnologiyalar asosida mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilishning ilg'or vositalaridan biri hisoblanadi. Bu reklama turi internet texnologiyalari va onlayn platformalar orqali amalga oshiriladi, bu esa an'anaviy reklama usullari bilan solishtirganda bir qator ustunliklarga ega.

Raqamli reklama - internet platformalari orqali mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilish vositasi. U quyidagi asosiy turlarga ega:

- Ijtimoiy tarmoq reklamalari: Facebook, Instagram, TikTok kabi platformalarda foydalanuvchilarga moslashgan reklama ko'rsatish.
- Qidiruv tizimi reklamalari: Google Ads orqali maqsadli kalit so'zlarga asoslangan targ'ibot.
- Banner reklamalari: Veb-saytlarda joylashtirilgan interaktiv reklama.
- Email marketing: Mijozlarga elektron pochta orqali mahsulot yoki xizmatlar haqidagi ma'lumotlarni yetkazish.

Raqamli reklama an'anaviy marketing usullari bilan solishtirganda ancha tejamkor hisoblanadi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama orqali mingta potentsial mijozga yetib borish narxi 5 AQSh dollaridan kam bo'lishi mumkin. Bu esa kichik byudjet bilan katta natijalar olish imkonini

beradi. Facebook va Instagram kabi platformalarda reklama narxlari kichik biznes uchun qulaylik yaratadi.

To'g'ri rejalashtirilgan reklama kampaniyalari savdo hajmini oshirishga katta yordam beradi. Misol uchun, Shopify tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlarga ko'ra, kichik bizneslar raqamli reklama orqali o'rtacha 30% ga ko'proq savdo qilish imkoniyatiga ega bo'lgan [1]. Maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan reklama orqali yangi mijozlarni jalb qilish osonlashadi.

Raqamli reklama kichik bizneslarga yirik korporatsiyalar bilan teng raqobat qilish imkoniyatini beradi. SEO va qidiruv tizimi marketingi (SEM) orqali kichik bizneslar yirik kompaniyalardan oldin mijoz e'tiborini qozonishi mumkin. Bunda maqsadli kalit so'zlar va to'g'ri optimallashtirilgan veb-sayt muhim ahamiyatga ega.

Raqamli reklama yordamida bizneslar o'z auditoriyasini aniq belgilashi mumkin. Google Ads va Facebook Ads kabi platformalar foydalanuvchilarning yoshi, joylashuvi, qiziqishlari va boshqa ko'rsatkichlar asosida reklama yetkazib beradi. Bu esa reklama samaradorligini sezilarli darajada oshiradi.

Raqamli reklama natijalarini Google Analytics, Facebook Insights kabi vositalar yordamida osonlik bilan o'lchash mumkin. Bu biznes egalari uchun reklamani optimallashtirish va xarajatlarni nazorat qilish imkonini beradi. An'anaviy reklama vositalarida bunday imkoniyatlar cheklangan.

Internetning global xususiyati tufayli kichik bizneslar butun dunyo bo'ylab mijozlar jalb qilishi mumkin. Masalan, kichik brendlar raqamli reklama orqali xalqaro e'tiborni jalb qilib, o'z mahsulotlarini global bozorda sotishni boshlashmoqda.

2023-yilda Meta kompaniyasi (Facebook, Instagram, WhatsApp kabi platformalarning bosh kompaniyasi) O'zbekistonda elektron xizmatlar uchun hisoblangan soliq to'lovlarini amalga oshirdi. O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, Meta kompaniyasi mamlakatga 26,4 milliard so'm soliq to'lagan. Bu ko'rsatkich bo'yicha Meta 2023-yilda eng ko'p soliq to'lagan xorijiy kompaniyalar ro'yxatida birinchi o'rinni egalladi.

Meta kompaniyasining to'lovlari, asosan, uning O'zbekistondagi xizmatlaridan, jumladan, reklama faoliyatidan kelib chiqqan daromadlariga asoslangan. Bu nafaqat kompaniyaning O'zbekistondagi faoliyati miqyosini aks ettiradi, balki davlat budjetining barqaror daromad manbalaridan biri sifatida raqamli iqtisodiyotning ahamiyatini ko'rsatadi.

Mazkur ko‘rsatkichdan kelib chiqib, Meta kompaniyasining O‘zbekiston iqtisodiyoti, xususan, raqamli reklama sohasi rivojiga qo‘shgan hissasi sezilarli bo‘ldi. Bu jarayon davlatning xalqaro kompaniyalardan soliq undirish tizimini kuchaytirish bo‘yicha olib borayotgan islohotlarining samarasi sifatida e’tirof etiladi.

2023-yilda O‘zbekistonda elektron xizmatlar ko‘rsatuvchi 56 ta xorijiy kompaniya tomonidan qariyb 70 milliard so‘m soliq to‘langan. Eng ko‘p soliq to‘lagan kompaniyalar orasida:

- Meta (26,4 milliard so‘m)
- Google (20,3 milliard so‘m)
- Apple (12,9 milliard so‘m) kabi yirik texnologik gigantlar bor. [1]

Xulosa

Raqamli reklama kichik va o‘rta biznes uchun yangi imkoniyatlarni ochib berdi. U marketing xarajatlarini kamaytirish, mijozlarni jalb qilish va savdo hajmini oshirishning samarali vositasi hisoblanadi. Shu bilan birga, bu soha doimiy o‘zgaruvchan bo‘lgani sababli, kichik biznes egalari yangi texnologiyalarni o‘zlashtirish va marketing strategiyalarini doimiy takomillashtirib borishlari lozim.

Manbalar:

Shopify Research. (2022). “Impact of Digital Advertising on Small Businesses.”

Google Ads. (2023). “Small Business Advertising Trends.”

Facebook Business Insights. (2023). “Effective Marketing Strategies for SMBs”

O‘zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo‘mitasi rasmiy hisobotlari.