



**IJIRCCCE**

e-ISSN: 2320-9801 | p-ISSN: 2320-9798



# INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATIVE RESEARCH

IN COMPUTER & COMMUNICATION ENGINEERING

**Volume 9, Issue 9, September 2021**

**ISSN** INTERNATIONAL  
STANDARD  
SERIAL  
NUMBER  
INDIA

**Impact Factor: 7.542**



9940 572 462



6381 907 438



ijircce@gmail.com



www.ijircce.com

## ТИЖОРАТЛАШТИРИШ МЕХАНИЗМИ: ЯНГИЛИКЛАР ВЕБ-САЙТЛАР ВА БЛОГЛАР МИСОЛИДА

*Бекназаров Камолiddин Турсунўлатович*

мустақил тадқиқодчи, Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялари университети

Блог ёки онлайн янгиликлар сайтининг тўлиқ функционалигини таъминлаш учун маълум бир ресурсларга боғлиқ бўлади: мунтазам равишда хостинг ва домен номини янгилаш керак, шунингдек копирайтерлар, дизайнерлар, ишлаб чиқувчилар ва хоказолар харажатлари ҳам киради.

Ўтказилган тадқиқотларга кўра, электрон ОАВ янгиликлар веб-ресурслари, янгиликлар портали ёки блогни монетизациялашнинг куйидаги усуллар орақали амалга ошириш мумкин:

### 1. Google AdSense ва РСС даги эълонлар: харбитта клик учун тўлов (PPC).

Yandex ва Google каки компанияларнинг асосий даромадлари дан бири Google AdWords ёки Яндекс.

Директор қали ўтадиган РСС рекламадир. PayPerClick (PPC) (клик учун тўлов) - янгиликлар сайти ёки блогнинг тижоратлаштиришнинг оддий ва энг тушунарли шаклидир, бунда реклама майдонининг фойдаланувчилари эълонлар яратиб, ушбу уреламага сайт фойдаланувчилари эълон устига босганда, яъни ҳар битта клик учун тўлов қилишади. Реклама берувчиларнинг эълонларини чоп этадиган веб-сайт медиа компанияси сайтига ташриф буюрувчилар эълонга босишганининг харбитта клик учун пул маблағини олади.

Шундай тизимнинг фаолияти механизмини тасвишлаб берамиз: реклама берувчилар ўзининг маҳсулоти, хизматлари бўйича эълонлар беришади, мисол учун AdWords Google орақали. Google реклама тармоғи орақали реклама берувчиларнинг эълонлари турли платформалар ва сайтларда намоиш этилади.

Реклама берувчилар эълонларини кўрсатиш шилини фақат эълонларига сайт фойдаланувчилари босганларида ва реклама берувчининг сайтига ўтганларида пул тўлайдилар; ўз платформасига реклама жойлаштирадиган янгиликлар порталлари ва блоглар ҳар сафар ўз сайтига ташриф буюрувчилар реклама эълонларига ҳар бир клики учун тўлов олишади.

PPC-янгиликлар сайтида ёки тематик блогда монетизациянинг (пул топишнинг) осон усули. Бу усулда электрон ОАВнинг янгиликлар портали ёки блогга ўз сайтида Google ёки Yandex реклама тармоғидаги реклама эълонларини кўрсатиши ва ўз аудиториясига тақдим этадиган контент учун пул олиши мумкин. Реклама берувчилардан реклама эълонларни сайтингизга жойлаштириш учун сайтингизни Google AdSense ёки Yandex платформаларига улашингиз керак. Уланиш учун ушбу платформаларга мурожаат этишдан олдин, медиа компаниянинг янгиликлар портали ёки блогда етарли ноёб ва қизиқарли янгиликлар, маълумотларга бойлигига ишонч ҳосил бўлиши керак. Реклама тармоғига улангандан сўнг сайтингизга реклама коддини жойлаштиришингиз керак бўлади.

Тасвирилган усулнинг жиби томони пассив даромадни ташкил қилишнинг оддий йўлидир. Реклама кодларининг янгиликлар порталига ёки блогга жойлаштирилганлигидан сўнг, барча механизм автоматик тарзда ишлайди. Реклама эълонлари автоматик равишда сайт фойдаланувчилари га хизмат қилади.

Ушбу усулнинг камчиликлари шундаки, агар рекламаларни ҳеч ким босмаса, медиа компания даромад ололмайди. Медиа компания фақатгина РСС реклама ёрдамида кўп даромадолишимураккабмасала бўлади.

Кўп машҳур янгиликлар веб ресурслари РСС реклама эълонларни трансляцияси томонидан яхши пул топишади, лекин муносибликдорда пул даромадларини олиш учун, медиа компаниянинг янгиликлар сайти ёки блогга фойдаланувчилари аудиториясикенг бўлиши лозим. Бундан ташқари, AdBlock ҳақида унутманг. Статистика маълумотларига кўра, интернетда фойдаланувчилар тахминан тўртдан бир қисми эълонларни блокловчи дастурлардан ёки утилиталардан фойдаланишади, шунинг учун электрон веб ресурсларнинг медиа компанияси режалаштирилган фойданинг тўртдан бир қисмини ололмайди. Буерда янгиликлар онлайн нашри ёки блогни монетизация қилишнинг бошқа усулларини қўллаш мумкин.

### 2. Қидириш учун Google AdSense: қидирув натижаларида реклама эълонлари.

Янгиликлар сайти ёки блог жуда кўп фойдали контент билан тўлдирилиши керак. Google AdSense search қидириш панели билан одатий (сайтда фойдаланилган) қидириш сатрини ўрнига қўллаш тавсия этилади (ушбу алмаштиришлар сайт учун бир қатор афзалликларни беради).

Нима учун бу зарур? Айтайлик, фойдаланувчи онлайн нашрингиз ёки блогингиздан аниқ материалларни топишни хоҳлайди. Фойдаланувчи сайт қидириш сатрига ўз қалитли сўзларни киритади, Google AdSense қидирув тизими фойдаланувчига натижаларини топиб беради, шунингдек AdSense реклама эълонларини

кўрсатади. Шундай қилиб, фойдаланувчи ўз хоҳиши бўйича маълумот олади, шунингдек Google реклама тармоғидан тегишли таклифлар билан танишади. Қидирув натижалари саҳифасида реклама эълонлари кўрсатилиши учун, AdSenseдаги сайт профилини сайт қидирув формасига улаш лозим.

Медиа компания янгиликлар веб ресурси ёки блогни AdSense қидириш тизимига улаш учун қўйидаги алгоритм орқали бажарилади:

\*Google профилингизга кириш;

\*Медиа компания янгиликлар веб ресурси ёки блогни URLни киритиш;

\*Қидирув тилини танлаш ва қидирув тизимига ном бериш;

\*"Создать" (яратиш) тугмасини босиш;

\*"Получить код" (кодни олиш) тугмасини босиш;

\*Коддан нусха олиш ва сайтга жойлаштириш;

\*Реклама кабинетидagi менюдан тижоратлаштирмакчи бўлган қидирув тизимини танлаш;

\*Қидирув тизимининг тижоратлаштирилиши активизация қилиш.

Кўриб чиқилган усулнинг ижобий томони шундаки, агар фойдаланувчилар тез-тез сайтингиздаги қидирув тизимидан фойдалансалар, Google реклама тармоқларидан рекламаларни трансляция қилиб медиа компания пул ишлаш учун кўпроқ имкониятларга эга бўлади.

Салбий томони шундаки, агар медиа компаниянинг рақобатчилари AdWordsда реклама қилинса, уларнинг рекламалари сайтингиздаги қидирув натижаларида пайдо бўлиши мумкин, чунки натижалар сўровга тегишли эълонларни трансляцияга узатади. Шундай қилиб потенциал миқдори йўқотиш мумкин. Шунинг учун, агар медиа компанияда онлайн дўкон бўлса, веб-лойиҳангизни тижоратлаштириш учун ушбу усулдан фойдаланишни тавсия қилмайди.

### 3. Маҳаллий реклама

Фойдаланувчилар нуктаи назаридан реклама эълонларини сотиш орқали пул қилишнинг энг яхши йўлларида биридир. Бунда фақатгина ҳамкор компания билан бирга фойдаланувчи аудиториянгизга қизиқтирадиган маълумотларни тайёрлаш жараёнида ҳамкор компаниянинг маҳсулотлари ва хизматлари ҳақида маълумот бериб кетилиши лозим, шу тарзда яна бир тижоратлаштириш механизмини ишга туширилади.

Агар медиа компаниянгиз ёш, ривожланмаган онлайн нашр бўлса, у ҳолда сиз бир янгиликлар сайти ёки блог жойлаштириш учун ҳамкор компанияларга таклифларингиздан иборат медиа кит яратилиши лозим. Бу янгиликлар сайтида баннерлар ҳамкор материаллар пакетлари, ёки премиум-жойлаштириш бўлиши мумкин. Баъзи ҳамкор компаниялар ойига маълум бир мақолаларни, ёки ҳамкор компания эълон янгиликларини медиа компанияни янгилик сайтида жойлаштирилиши мумкин.

Ушбу турдаги тижоратлаштиришнинг афзаллиги шундаки, медиа компания ўз хизматлари учун нархни белгилаши мумкин. Шунингдек, агар медиа компания 3, 6, 12 ой давомида реклама эълонларини жойлаштириш бўйича аниқ маълумотга эга бўлса, у бизнес-режасини тузиб, бир йилда қанча даромад олиши мумкинлигини билиб олади.

Бундан ташқари, медиа компаниянинг ҳамкори контактларини электрон почта ҳабарномасига ёки ижтимоий тармоқларга жойлаштирса, бу йўл орқали ҳам пул топиши мумкин. Бироқ, бир фойдаланувчиларнинг ишончига бепарво бўлмаг: маҳсулот ва хизматлар ҳақида ишончли шарҳлар ва материаллар ёзиш тавсия этилади, акс ҳолда фойдаланувчиларни йўқотиш хавфи бор. Медиа компания сайтида ҳамкор компания реклама эълонларини жойлаштиргандан сўнг улар чиқараётган маҳсулотлари ва хизматларини мақташни ўзиммасига олмайди.

Бу усулнинг ижобий томони шундаки, медиа компания ўз иш шароити ва хизматларга нархларни белгилаш мумкин. Бундай реклама мақсадли аудиторияга етиб боради.

Салбий томони шундаки, ҳамкор компания топиш осон бўлмайди. Айниқса, агар сиз янги онлайн нашр бўлсангиз. Бундан ташқари, ҳамкор компанияни кўп мақташингиз хавфи мавжуд.

### 4. Ҳамкорлик дастурлари ва реферал ҳаволалар.

Аффилир маркетинг-бу турдаги маркетингда, медиа компания ўзининг янгиликлар портали ёки блогда ҳамкор компанияларнинг маҳсулот ва хизматларини реклама қилиш орқали ҳамда реклама ҳаволасига босган фойдаланувчилар ҳамкордан бирор нарса сотиб олган бўлса, бунда медиа компания ҳар бир кликдан комиссия олади.

Бунда медиа компаниялар ўзлари тарғиб қилмакчи бўлган маҳсулот ва хизматларни танлайдилар. Янгиликлар порталида фақатгина мақолалар ва материалларда ҳамкор ташкилотларнинг маҳсулотлар бўйича реклама эълонларини жойлаштириш лозим. Медиа компания эса янгиликлар сайти фойдаланувчиларидан бири сайти орқали маҳсулот сотиб олса, бунда медиа компания маълум бир комиссия эга бўлади.

Ҳамкорлик дастурларини таклиф келадиган компаниялар сони жуда кўп. Бирок, қоида тариқасида, бундай компанияларнинг ҳамкор дастурида иштирок этиш имкони маълум талабларга риоя қилган ҳолда ва аниқ рўйхати бўйича бажарилиши лозим. Бундан ташқари, фойдаланувчиларга сайтингизда ҳамкорлик материаллар жойлашганлиги ва йўналтирувчи ҳаволалардан фойдаланганлиги ҳақида маълумот берилиши тавсия этилади. Бу усулнинг ижобий томони шундаки, у энг юқори пассив даромадга эга бўлишидир. Фойдаланувчилар янгилик сайтида жойлаштирилган ҳаволалар, йўналишларга босиб ҳамкор ташкилотларнинг маҳсулотлар ва хизматларни сотиб олса, бу усул, PPC- рекламадан ҳам кўпроқ пул орттириш мумкин ва тижоратлаштиришнинг энг муқобил йўли ҳисобланади.

Салбий томони шундаки, медиа компаниянинг янгилик сайтини фойдаланувчилар маҳсулот сотиб олмасалар, сайтингизга ҳаволалар жойлаштириш бўйича комиссия ололмайди. Янгиликлар сайти фойдаланувчиларидан бири линкни босган бўлса ҳам, маҳсулот билан танишган, аммо ҳеч нарса сотиб олмаган бўлса ҳам, янгиликлар сайтининг медиа компания комиссия олмади. Бундан ташқари, ҳамкорлик алоқаларини йўлга қўйиш учун, ҳамкор компаниянинг барча талабларига жавоб бериши керак.

#### 5. Медиа компания ўзининг маҳсулотларини сотиш керак.

Албатта медиа компания ўзининг товар маҳсулотларини ўз янгиликлар портали ёки блог орқали сотиб, пул топиши мумкин. Аммо, биринчи бўлиб ўз соҳангизни мутахассис бўлишингиз зарур.

Бунда медиа компания ўз маҳсулот ёки хизматини ишлаб чиқиши ва уни сайтида сотиши мумкин. Мисол учун, янгиликлар сайтда depositphotos ёки shutterstockдан ҳамкорлик дастурлар орқали фотосток (фотожамланма) яратилиши мумкин ёки маълум блогларда фотограф хизматларини таклиф берилиши мумкин. Яна битта усули медиа компания ўзининг маҳсулот ва хизматларини тақдим этадиган онлайн дўкон яратиши мумкин.

Бундай ҳолда, медиа компания ўз янгиликлар портали ёки блогидан маҳсулот ва хизматларини сотиш учун реклама воситаси ёки платформа сифатида фойдаланади. Агар тўғри бизнес-режа тузиш ва реклама учун бюджет тарқатишнинг иложи бўлса, сиз катта миқдорда пул ишлашингиз мумкин.

Бу усулнинг ижобий томони шундаки, маҳсулотни ишлаб чиқишда медиа компаниянинг ўзи маҳсулот ва хизматларига нархларни белгилайди.

Салбий томони шундаки, бу усул сезиларли вақт сарфини талаб қилади. Медиа компания ўзининг биринчи миқдорларини топишдан олдин бренд номи ва обрўсини ошириш керак. Бундан ташқари, бизнесни ривожлантириш ва рағбатлантириш доимий равишда амалга оширилиши керак.

#### Фойдаланган адабиётлар:

- [1]. Gorokhov V. M. Grinberg T. E. Interactive journalism: the way to the future//From books to the Internet. Journalism and literature at the turn of the new millennium//21 vek informatsiya i obshchestvo/ / MSU, 2000.
- [2]. Lazutina G. V. Osnovy kreativnoy deyatelnosti zhurnalista. M., Aspectpress, 2004.
- [3]. Lashchuk O. R. Editanie informatsionnykh messagov. M., 2004.
- [4]. Pul'ya, V. 7 trendov: what awaits new media in 2014? [Electronic resource] / V. Pul'ya // Blog V. Pul'ya New\_media. 2014. January 9. URL: <http://new-media.livejournal.com/115420.html>.
- [5]. Bullet, V. 11 skills of a multitasking journalist [Electronic resource] / V. Bullet // Journal "Journalist". 2013. October 2. URL: <http://journalist-virt.ru/archive/2013/10/document2121.html>.
- [6]. The system of mass media of Russia. M., Aspectpress, 2003.



**INNO**  **SPACE**  
SJIF Scientific Journal Impact Factor  
**Impact Factor: 7.542**



**ISSN** INTERNATIONAL  
STANDARD  
SERIAL  
NUMBER  
**INDIA**



# INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATIVE RESEARCH

IN COMPUTER & COMMUNICATION ENGINEERING

 **9940 572 462**  **6381 907 438**  **ijircce@gmail.com**



[www.ijircce.com](http://www.ijircce.com)

Scan to save the contact details