

O'ZBEKISTON TURIZMIDAGI RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI

Rasulova Nazokat Dilshod qizi

Kimyo Xalqaro Universiteti magistranti

Annotatsiya: *Ushbu maqolada O'zbekiston turizm sohasida raqamli marketing strategiyalarining joriy etilishi, ularning samaradorligi hamda xalqaro raqobatbardoshlikni oshirishdagi o'rni yoritilgan. Internet va raqamli platformalar orqali amalga oshirilayotgan reklama kampaniyalari, ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar, SEO, kontekstli reklama, videomarketing va email marketing kabi vositalarning turizm xizmatlariga ta'siri tahlil qilingan. Shuningdek, mamlakat turizmining raqamli imijini shakllantirish, xorijiy sayyohlarni jalb etish hamda ichki turizmni rivojlantirishda raqamli marketingning tutgan o'rni va istiqbollari muhokama etilgan. Maqola yakunida O'zbekiston turizmini raqamli yo'l bilan targ'ib qilish bo'yicha amaliy tavsiyalar berilgan.*

Kalit so'zlar: *Raqamli marketing, turizm strategiyasi, SEO, ijtimoiy tarmoqlar, O'zbekiston turizmi, onlayn reklama, kontent marketingi, brending, mijoz jalbi, raqamli platforma.*

XXI asrda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi barcha sohalarga o'z ta'sirini o'tkazdi, ayniqsa, turizm sohasida bu jarayon yanada sezilarli bo'ldi. Raqamli marketing vositalari turizm mahsulotlari va xizmatlarini ommaga yetkazish, xaridorni jalb qilish, brend imijini shakllantirish va mijozlar bilan uzluksiz aloqada bo'lish uchun samarali platforma hisoblanadi. An'anaviy reklama usullarining o'rnini egallab borayotgan raqamli marketing turlari – veb-saytlar, SEO (qidiruv tizimi optimallashtirish), ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, video kontent, email marketing va kontekstli reklama — hozirgi zamon sayyohining e'tiborini jalb qilishda muhim vositaga aylangan.

O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyati jihatidan Markaziy Osiyodagi eng boy mamlakatlardan biri hisoblanadi. So'nggi yillarda davlat tomonidan turizmni rivojlantirishga qaratilgan strategiyalar doirasida raqamli marketingga ham alohida urg'u berilmoqda. Ayniqsa, "Uzbekistan.travel", "Visit Uzbekistan", "MyUzbekistan" kabi onlayn platformalar, YouTube va Instagram'da olib borilayotgan kontentli reklama kampaniyalari, chet tillarda ishlab chiqilgan reklama roliklari mamlakat turizmini targ'ib qilishda katta rol o'ynamoqda. Shunga qaramay, mamlakatda raqamli marketing

infratuzilmasi hali to'liq shakllanmagan, mutaxassislar yetishmovchiligi, tahliliy tizimlarning rivojlanmaganligi va raqamli strategiyalarning uzluksiz yangilanmasligi bu boradagi dolzarb muammolar sirasiga kiradi. Mazkur maqolada O'zbekiston turizm sohasi uchun raqamli marketing strategiyalarining mohiyati, qo'llanilishi, samaradorligi va rivojlanish istiqbollari keng yoritiladi. Xalqaro tajriba bilan solishtirilib, mamlakatda joriy qilinayotgan raqamli reklama usullari va ularning natijalari tahlil qilinadi.

Raqamli texnologiyalarning keng qo'llanilishi turizm sohasida yangi marketing strategiyalarini shakllantirishga olib keldi. Bugungi kunda an'anaviy reklama va targ'ibot usullari o'z o'rnini internet asosidagi raqamli marketing vositalariga bo'shatib bermoqda. Turizm xizmatlarini onlayn tarzda ilgari surish, global auditoriyani qamrab olish, real vaqtda mijozlar bilan muloqot qilish va sayohat qilishga qiziqishni oshirish imkonini aynan raqamli marketing strategiyalari yaratmoqda.

Raqamli marketingning asosiy vositalariga quyidagilar kiradi:

- **Veb-saytlar** – turistik tashkilotlar uchun internetdagi rasmiy vakolatli manba bo'lib xizmat qiladi. Sayyohlar sayohatni rejalashtirishda veb-saytlar orqali diqqatga sazovor joylar, xizmatlar va narxlar haqida ma'lumot olishadi.
- **SEO (Search Engine Optimization)** – turistik kontentning Google, Yandex kabi qidiruv tizimlarida yuqori o'rinda chiqishini ta'minlash orqali auditoriyani ko'paytiradi.
- **SMM (Social Media Marketing)** – Instagram, Facebook, Telegram, TikTok, YouTube kabi ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama, yangiliklar, foto/video lavhalar tarqatilib, foydalanuvchi e'tibori jalb qilinadi.
- **Email marketing** – turistik agentliklar orqali mijozlarga yangiliklar, maxsus takliflar va chegirmalar haqida xabarnomalar yuboriladi.
- **Kontekstli reklama va influencer marketing** – mashhur blogerlar orqali reklama kompaniyalari olib borilib, brend tan olinishi oshiriladi.

O'zbekiston misolida olib qaralganda, so'nggi yillarda mamlakatda raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirish bo'yicha muhim qadamlar tashlandi. Jumladan, **“Uzbekistan.travel”** va **“Visit Uzbekistan”** kabi rasmiy saytlarda mamlakatning turizm salohiyati haqida turli tillarda materiallar e'lon qilinmoqda. Bu resurslar SEO tamoyillariga mos ishlab chiqilgan bo'lib, xorijlik sayyohlar uchun qulay navigatsiya va interfeysni taklif etadi.

Shuningdek, **ijtimoiy tarmoqlarda rasmiy sahifalar** faol yuritilmoqda. Jumladan, Uzbekistan.travel'ning Instagram sahifasida har hafta mamlakatning turli hududlari, obidalar, taomlari va madaniy tadbirlari haqida foto va videolar e'lon qilinadi. Bu kontentlar ko'p hollarda xorijiy tillarda ham taqdim etiladi. YouTube platformasida esa

virtual sayohatlar, reklama roliklari, vloglar orqali mamlakat turistik imkoniyatlari ommalashtirilmoqda.

Bundan tashqari, bloggerlar va influencerlar bilan hamkorlikda olib borilayotgan kampaniyalar ham ijobiy natija bermoqda. Turizm qo‘mitasi tomonidan yapon, koreys, fransuz va turk bloggerlarining O‘zbekistonga tashrifi tashkil etilib, ular orqali mamlakat imijini ijtimoiy tarmoqlarda targ‘ib qilish amaliyoti yo‘lga qo‘yilgan. Influencer marketing orqali O‘zbekistonning tarixiy obidalari, an’anaviy taomlari va mehmondo‘stligi butun dunyoga tanitilmoqda.

Raqamli marketingda yana bir muhim jihat – mobil ilovalar va interaktiv xaritalardir. “MyUzbekistan” kabi mobil ilovalar orqali sayyohlar sayohat marshrutini tuzish, xizmatlarga buyurtma berish, onlayn to‘lovlarni amalga oshirish imkoniga ega bo‘lishadi. Ushbu ilovalarda QR-kod orqali obyektlar haqida ma’lumot olish, tajriba almashish, reyting berish imkoniyatlari mavjud. Mobil marketing O‘zbekistonda yangi bosqichda rivojlanayotgan bo‘lsa-da, unda raqamli strategiyalar samarali qo‘llanilmoqda.

Shuningdek, tadbirlar va festivallarning raqamli reklama orqali ommalashtirilishi ham turizm marketingining ajralmas qismiga aylandi. Masalan, “Sharq taronalari”, “Boysun bahori”, “Bahor fest”, “Art Week”, “Navro‘z sayli” kabi xalqaro va milliy tadbirlar oldidan ijtimoiy tarmoqlarda maxsus kontentlar e’lon qilinadi, reklama roliklari tayyorlanadi va ixtisoslashgan onlayn platformalarda joylashtiriladi.

Raqamli marketing orqali turizmدا brend yaratish ham dolzarb yo‘nalishlardan biri bo‘lib bormoqda. “Uzbekistan: The Pearl of the Orient”, “Uzbekistan: Endless Discoveries”, “Travel to the heart of the Silk Road” kabi brend shiorlari xorijiy auditoriyaga mo‘ljallangan reklama kampaniyalarida qo‘llanilmoqda. Bu orqali mamlakatning o‘ziga xos madaniyati, tabiiy go‘zalligi va tarixiy merosi targ‘ib qilinmoqda.

Biroq, mavjud yutuqlarga qaramay, raqamli marketing sohasida O‘zbekistonda bir qancha muammolar mavjud.

Jumladan:

- Ko‘plab mahalliy turistik tashkilotlar hali ham raqamli strategiyalarni to‘liq qo‘llamayapti.
- Tashkilotlar veb-saytlari SEO talablariga mos emas, interfeyslar eskirgan, tillar diapazoni tor.
- SMM bo‘yicha mutaxassislar yetishmasligi va professional kontent tayyorlashda qiyinchiliklar bor.

– Raqamli tahlil vositalarining (Google Analytics, Meta Pixel va h.k.) sust qo'llanilishi samaradorlikni baholashga to'sqinlik qilmoqda.

Shu sababli, O'zbekiston turizm sohasida raqamli marketing strategiyalarini takomillashtirish uchun quyidagi tavsiyalar dolzarb hisoblanadi:

1. Turizm tashkilotlari uchun raqamli marketing bo'yicha trening va malaka oshirish dasturlarini joriy etish.
2. Har bir turistik hudud uchun raqamli marketing strategiyasini ishlab chiqish va alohida kontent rejasini tuzish.
3. Mahalliy kontent ishlab chiqaruvchilar va blogerlarni qo'llab-quvvatlash, ularga grant va subsidiyalar ajratish.
4. Tashqi bozorlarga yo'naltirilgan ko'p tilli platformalarni rivojlantirish.
5. Raqamli reklama samaradorligini baholash tizimlarini yaratish (KPI, ROI ko'rsatkichlari asosida).

O'zbekistonda raqamli marketing strategiyalarining turizm sohasiga joriy etilishi mamlakatning jahon turizm bozoridagi raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilmoqda. Bu jarayonni chuqurlashtirish, professional yondashuv va ilg'or texnologiyalarni joriy etish orqali O'zbekistonni global turistik brendga aylantirish mumkin.

Raqamli marketing bugungi kunda turizm sohasining eng muhim vositalaridan biri hisoblanadi. Sayyohlar tomonidan xizmatlarni izlash, solishtirish va tanlash jarayonlarining ko'pchiligi onlayn muhitda amalga oshirilayotganini inobatga olsak, raqamli strategiyalami samarali tashkil etish – turizm rivoji uchun muhim omil hisoblanadi. O'zbekiston turizm sohasida oxirgi yillarda raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar, mobil ilovalar va kontent marketing orqali faol targ'ibot ishlari olib borilmoqda.

“Uzbekistan.travel”, “Visit Uzbekistan”, “MyUzbekistan” kabi platformalar orqali xorijiy va mahalliy sayyohlar uchun qulay va dolzarb ma'lumotlar taqdim etilmoqda. Influencer marketing, virtual sayohatlar va ko'p tilli kontentlar orqali mamlakatning madaniy merosi, tabiiy go'zalligi va sayyohlik imkoniyatlari keng auditoriyaga yetkazilmoqda.

Biroq, raqamli marketing tizimini yanada kuchaytirish uchun veb-saytlarni optimallashtirish, SEO strategiyalarini rivojlantirish, professional kontent ishlab chiqarish, tahliliy vositalardan foydalanishni kuchaytirish hamda mahalliy mutaxassislar salohiyatini oshirish zarur.

Kelajakda raqamli marketing strategiyalarining kompleks va barqaror joriy etilishi O‘zbekiston turizm brendining xalqaro miqyosda tan olinishiga, sayyohlar oqimining ortishiga hamda mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta’sir ko‘rsatishiga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PQ–4095-sonli qarori — Turizm sohasini raqamlashtirish bo‘yicha chora-tadbirlar.
2. Uzbekistan.travel — O‘zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros qo‘mitasining rasmiy portali.
3. “Visit Uzbekistan” ijtimoiy tarmoqlardagi rasmiy sahifalari, Instagram va YouTube, 2023–2025 yillar.
4. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2020). Smart tourism destinations and marketing strategies. Journal of Destination Marketing & Management.
5. Chaffey, D. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education.
6. UNWTO (2023). Tourism and Digital Transformation: Global Trends and Policy Perspectives.
7. Statista.com – Digital advertising spend in tourism industry worldwide, 2023.
8. Google Think with Google (2024) – Travel industry consumer behavior and digital trends.
9. InfluencerMarketingHub.com – Tourism campaigns with influencers: case studies, 2023.
10. Raqamli texnologiyalar vazirligi: O‘zbekistonning raqamli infratuzilmasi bo‘yicha ma’lumotnomasi, 2024.