

MARKETING ORQALI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH USULLARI

Sevinch Eshimova Baxtiyor qizi – SamATI talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada marketing strategiyalarining turizm sohasini rivojlantirishdagi oʻrni tahlil qilingan. Ayniqsa, raqamli marketing, kreativ yondashuvlar va mijozga yoʻnaltirilgan xizmatlarning ahamiyati yoritilgan. Oʻzbekiston misolida olib borilgan tahlillar orqali zamonaviy marketing vositalarining turistik oqimni oshirish va mamlakat imidjini shakllantirishdagi roli koʻrsatib berilgan.

Kalit soʻzlar: turizm, marketing strategiyasi, raqamli texnologiyalar, mijozga yoʻnaltirilgan xizmat, Oʻzbekiston turizmi, raqamli marketing, targʻibot

Аннотация: В данной статье проанализирована роль маркетинговых стратегий в развитии туристической отрасли. Особое внимание уделяется цифровому маркетингу, креативным подходам и ориентированным на клиента услугам. На примере Узбекистана показано, как современные маркетинговые инструменты способствуют увеличению туристического потока и формированию позитивного имиджа страны.

Ключевые слова: туризм, маркетинговая стратегия, цифровые технологии, клиенториентированный сервис, туризм Узбекистана, цифровой маркетинг, продвижение

Annotation: This article analyzes the role of marketing strategies in the development of the tourism sector. Particular focus is placed on digital marketing, creative approaches, and customer-oriented services. Using Uzbekistan as a case study, the article demonstrates how modern marketing tools contribute to increasing tourist flows and shaping the country's image.

Keywords: tourism, marketing strategy, digital technologies, customer-oriented service, tourism in Uzbekistan, digital marketing, promotion

Kirish: Bugungi kunda **turizm** nafaqat dam olish va sayohat qilish imkoniyati, balki mamlakatlar uchun muhim iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy foyda keltiruvchi strategik soha sifatida qaralmoqda. U BMT Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) tomonidan **eng tez surʼatlarda rivojlanayotgan global tarmoqlardan biri** sifatida eʼtirof etilgan. Har yili millionlab odamlar sayohat qiladi, minglab yangi xizmat koʻrsatish maskanlari yaratiladi, natijada bu jarayon mamlakatlar iqtisodiyotida jiddiy harakatlantiruvchi kuchga aylanmoqda.

Turizmning rivojlanishi mamlakat uchun **bir necha yoʻnalishda ijobiy natijalarni** keltirib chiqaradi. Eng avvalo, bu **iqtisodiy barqarorlikka** xizmat qiladi. Turizm sohasiga kiritilgan investitsiyalar va sayyohlar tomonidan sarflanayotgan mablagʻlar davlat byudjetiga soliq tushumlari, mahalliy aholi uchun ish oʻrinlari va kichik biznes rivoji orqali

qaytadi. Ayniqsa, mehmonxonalar, restoranlar, transport va ko'ngilochar xizmatlar bilan bog'liq kichik tadbirkorlik sub'yektlari turizm tufayli jonlanadi.

Shu bilan birga, turizm **milliy madaniyat, tarix va qadriyatlarning dunyo bo'ylab tanitilishiga** imkon yaratadi. Sayyohlar mahalliy urf-odatlar, milliy taomlar, hunarmandchilik mahsulotlari, folklor va tarixiy yodgorliklar bilan tanishib, o'z yurti haqida ijobiy taassurot olib ketadilar. Bu esa xalqaro miqyosda mamlakat imidjining mustahkamlanishiga olib keladi.

Mazkur sohani rivojlantirishda **marketingning roli beqiyosdir**. Marketing nafaqat xizmatlarni targ'ib qilish, balki sayyohlar ehtiyojlarini chuqur o'rganish, ularga mos turistik mahsulotlar ishlab chiqish, bozorga chiqish strategiyalarini belgilash va oxir-oqibatda raqobatda ustunlikka erishish vositasi sifatida xizmat qiladi. Marketing strategiyalari orqali yangi bozorlarga chiqish, mavjud mijozlarni saqlab qolish va ularni doimiy sayyohga aylantirish mumkin.

Bugungi kunda turistik marketing — bu oddiy reklama emas, balki **tahliliy yondashuv, kreativ g'oyalar, raqamli platformalar va mijozlar ehtiyojiga moslashtirilgan xizmatlar** majmuasidir. Aynan shu omillar turizm sohasining muvaffaqiyatli rivojlanishida hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Marketing — bu mahsulot yoki xizmatni bozorga to'g'ri yo'naltirish, iste'molchining ehtiyoj va talablarini aniqlash, ularni qondirish uchun strategik reja ishlab chiqish jarayonidir. Turizm sohasida marketingning ahamiyati nihoyatda katta bo'lib, u sayyohlik xizmatlarini ommalashtirish, raqobatda ustunlikka erishish, mijozlar bilan samarali aloqalar o'rnatish hamda hududning turistik jozibadorligini oshirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Quyidagi asosiy vazifalar orqali bu jarayon amalga oshiriladi:

- **Brend yaratish va hudud imidjini shakllantirish:** Har bir turistik maskan o'ziga xos brendga ega bo'lishi lozim. Masalan, Parij — romantika shahri, Dubay — zamonaviylik markazi, Samarqand esa — qadimiy tarix maskani sifatida tanilgan. Bunday brendlar hududni boshqa joylardan ajratib turadi va sayyohlar ongida ijobiy taassurot qoldiradi.

- **Bozor tahlili asosida talabni o'rganish:** Marketing orqali mahalliy va xalqaro bozorlar tahlil qilinadi, qaysi xizmatlarga talab yuqori ekani aniqlanadi. Bu esa turistlar istagiga mos xizmat paketlarini ishlab chiqishga imkon yaratadi.

- **Reklama va PR orqali diqqatni jalb qilish:** Ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, sayohat ko'rsatuvlari, bloggerlar orqali turistik obyektlar ommaga tanishtiriladi. Ijobiy PR kampaniyalari turizmga qiziqishni oshiradi.

- **Raqobatbardosh xizmatlar paketini ishlab chiqish:** Marketing xizmatlari turistik xizmatlar sifatini doimiy takomillashtirishga yo'naltiradi. Misol uchun, "hammasi ichida" tur paketlari, madaniy ekskursiyalar, sog'lomlashtirish xizmatlari kabi kompleks xizmatlar orqali bozorda raqobatbardoshlik oshadi.

• **Mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash:** Turistlar bilan ishonchli aloqa o'rnatish, ularning fikr-mulohazalarini inobatga olish, onlayn sharhlar va reytinglar ustida ishlash — bu uzoq muddatli muvaffaqiyat kalitidir.

Turizmni rivojlantirishda qo'llaniladigan marketing usullari: Raqamli marketing (digital marketing): Zamonaviy texnologiyalar asrida internet turizmning eng samarali reklama platformasiga aylandi. Sayyohlar Instagram, TikTok, YouTube kabi ijtimoiy tarmoqlarda vizual kontent orqali ma'lumot oladi. Misol uchun, blogerlar tomonidan tayyorlangan sayohat videolari minglab odamlarni aynan o'sha joyga borishga ilhomlantirishi mumkin. SEO (qidiruv tizimi optimallashtirish), target reklama va veb-saytlar orqali auditoriyaga tez va aniq yetib boriladi.

Kontent marketing: Turizm agentliklari va mehmonxonalar sayohat bloglari, maqolalar, suratlar va interaktiv videolar orqali o'z xizmatlarini targ'ib qiladilar. Bunday kontent mijozda ishonch uyg'otadi va uni turistik mahsulotni xarid qilishga undaydi. Ayniqsa, mahalliy madaniyat, oshxona, tabiat manzaralari haqidagi kontentlar yuqori e'tiborga sazovor bo'ladi.

Brendlashtirish (destination branding): Mamlakat yoki hududning o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiruvchi nom, shior va logotiplar orqali u brendga aylantiriladi. Masalan, "Malaysia – Truly Asia", "Uzbekistan – The Pearl of the East" kabi brendlar xalqaro e'tibor markazida bo'lishiga yordam beradi. Bu esa turist ongida unutilmas taassurot qoldirib, uni qayta sayohatga undaydi.

Loyihaviy marketing va hamkorlik: Turizmning samarali rivojlanishi uchun turoperatorlar, mehmonxonalar, restoranlar, transport xizmatlari va hatto mahalliy hokimiyatlar o'rtasida hamkorlik zarur. Bunday strategik sheriklik orqali kompleks turistik xizmatlar yaratiladi. Masalan, "3 kun – 2 tun" kabi to'liq xizmat paketlari, tanlovli ekskursiyalar va gidlar xizmatlari orqali mijozlarga qulaylik yaratiladi.

Sadoqat dasturlari va aksiyalar: Marketingda sadoqatni oshirish muhim. Maxsus kartalar, chegirmalar, sovg'alar, promo-kodlar va bonus ballari sayyohlarni takroriy sayohatlarga jalb qiladi. Masalan, "Har uchinchi tur paket bepul ekskursiya bilan" yoki "Do'stingizni olib keling — 20% chegirma oling" kabi aksiyalar juda samarali bo'ladi.

Xalqaro ko'rgazmalar va yarmarkalarda ishtirok etish: Turizm sohasidagi global forumlar, ko'rgazmalar va yarmarkalar mamlakat brendini xalqaro maydonda tanitish uchun muhim platformadir. Bu yerda nafaqat sayyohlar, balki potentsial investorlar, hamkorlar va turoperatorlar e'tiborini jalb qilish mumkin. Masalan, ITB Berlin, WTM London kabi tadbirlarda ishtirok etish O'zbekiston turizm salohiyatini

So'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, **marketing vositalaridan foydalanish** davlat siyosatining ajralmas qismiga aylanmoqda. Sayyohlik xizmatlarini ichki va tashqi bozorlarda targ'ib qilishda zamonaviy marketing strategiyalariga asoslanilmoqda. Bu boradagi sa'y-harakatlar mamlakat turizm salohiyatini keng jamoatchilikka yetkazish,

raqobatbardosh xizmatlar yaratish va chet ellik sayyohlar oqimini oshirishga xizmat qilmoqda.

Shu maqsadda yaratilgan "**Uzbekistan.travel**" rasmiy sayti — mamlakatning global turizm maydoniga chiqishida muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Saytda O'zbekistonning barcha turistik yo'nalishlari, diqqatga sazovor joylari, milliy urf-odatlar, tadbirlar kalendari, mehmonxonalar va transport tizimlari haqida batafsil ma'lumotlar taqdim etiladi. Bu esa xorijiy sayyohlar uchun qulay navigatsiya va ishonchli manba rolini o'ynaydi.

Bundan tashqari, "**O'zbekiston – yuragimda**" kabi keng ko'lamli ijtimoiy-ommaviy aksiyalar orqali mamlakat turistik imidji mustahkamlanmoqda. Bunday tashabbuslar orqali yoshlar va mahalliy aholi orasida vatanparvarlik tuyg'usi kuchaytiriladi, shuningdek, O'zbekistonning turizm brendi ijobiy konnotatsiyalarda targ'ib qilinadi. Aksiya doirasida foto tanlovlar, vloglar, esdalik sovg'alari va boshqa interaktiv faoliyatlar tashkil etiladi, bu esa sayyohlikka jamoaviy qiziqishni shakllantiradi.

Marketingning yana bir samarali yo'nalishi bu — **ijtimoiy tarmoqlar orqali influencer marketingidir**. O'zbekistonga sayohat qilgan mashhur blogerlar, vlogerlar va kontent yaratuvchilarning tajribalari keng auditoriyaga taqdim etilib, O'zbekiston imidjini global miqyosda mustahkamlashga xizmat qilmoqda. Masalan, dunyoga mashhur YouTube, Instagram yoki TikTok yulduzlari tomonidan tayyorlangan videoroliklar millionlab ko'rishlar yig'ib, O'zbekistonning tarixiy va zamonaviy jozibador jihatlarini namoyon etmoqda.

Shuningdek, O'zbekistonda **turizm turlarining diversifikatsiyasi** yo'lga qo'yilmoqda. An'anaviy madaniy turizm bilan bir qatorda, quyidagi yo'nalishlar marketing orqali faol targ'ib qilinmoqda:

- **Ziyorat turizmi** – O'zbekiston hududida joylashgan islomiy me'morchilik yodgorliklari (Imom Buxoriy, Imom Termiziy, Bahouddin Naqshband va boshqalar) sayyohlar uchun muqaddas manzillarga aylantirilgan. Bu yo'nalish musulmon davlatlaridan keluvchi turistlar oqimini oshiradi.

- **Eko-turizm** – O'zbekistonning tog'li hududlari, cho'l va dasht zonalari, milliy bog'lari orqali ekoturlar tashkil qilinmoqda. Sayyohlar tabiat bilan bevosita muloqotga kirishish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Ayniqsa, pandemiyadan keyingi davrda ekologik toza, ommaviylikdan xoli sayohatlar katta talabga ega.

- **Gastronomik turizm** – Milliy taomlar (osh, somsa, shashlik, choyxona madaniyati) O'zbekistonning o'ziga xos brendiga aylangan. Mahalliy oshxonani xorijliklarga tanishtirish orqali turistlarda chuqur taassurot qoldiriladi. Gastronomik festivallar, taomlar master-klasslari bu borada faol ishlatilmoqda.

Shuningdek, turizmni rivojlantirish uchun **xalqaro ko'rgazmalar, madaniy almashinuv dasturlari, press-turlar va fam-turlar (tanishtiruv sayohatlari)** ham marketing strategiyasining tarkibiy qismiga aylantirilgan. Bu kabi faoliyatlar xorijiy OAV

va turoperatorlar orqali O‘zbekiston haqidagi ijobiy informatsion maydonni kengaytirishga xizmat qilmoqda.

Xulosa: Zamonaviy sharoitda turizm sohasining barqaror va izchil rivojlanishini ta'minlashda **marketing strategiyalarini to‘g‘ri va tizimli qo‘llash** hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Bu strategiyalar turizm mahsulotlarini bozorda muvaffaqiyatli joylashtirish, iste'molchilar e'tiborini jalb qilish, ularda ijobiy taassurot uyg‘otish va, eng asosiysi, ularni amaliy harakatga – ya'ni sayohatga undashga xizmat qiladi. Avvalo, **raqamli texnologiyalardan** foydalanish bugungi kundagi eng muhim vositalardan biri hisoblanadi. Sayyohlarning aksariyati safarini internet orqali rejalashtiradi – ular mehmonxonalarni bron qiladi, yo‘nalishlarni tanlaydi, viza talablarini o‘rganadi va sharhlarni o‘qib chiqadi. Shunday ekan, onlayn platformalarda samarali reklama, interaktiv veb-saytlar, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlarda faol ishtirok – marketingning ajralmas qismiga aylanmoqda. Ayniqsa, sun'iy intellekt, virtual reallik (VR) va maqsadli reklama (targeting) imkoniyatlaridan foydalanish orqali ancha aniqlik va samaradorlikka erishish mumkin. Shuningdek, **kreativ yondashuvlar** – ya'ni standart reklama uslublaridan chiqib, noodatiy, estetik va hissiyotga ta'sir qiluvchi usullar orqali mijoz ongiga kirib borish katta natijalar beradi. Misol uchun, “sayyohlik hikoyalari” formatida tayyorlangan videoroliklar, sayyohlar bilan jonli efirlar, blogerlar tomonidan yaratilgan shaxsiy tajriba asosidagi kontentlar oddiy reklama e'lonlariga nisbatan ko‘proq ishonch uyg‘otadi. Bu orqali sayyohlar o‘zini tajriba ishtirokchisidek his qilib, xizmatga nisbatan iliq munosabat bildiradi. Marketing strategiyalarining yana bir asosiy jihati — bu **mijozga yo‘naltirilgan xizmatlar**dir. Sayyohlarning ehtiyoj va istaklarini chuqur tahlil qilish, ularga moslashtirilgan xizmat paketlarini taklif qilish, individual yondashuv asosida xizmat ko‘rsatish — bu uzoq muddatli mijoz sadoqatini ta'minlaydi. Shaxsiylashtirilgan reklama takliflari, sadoqat dasturlari, doimiy aloqada bo‘lish imkoniyati — bularning barchasi turistik xizmatlar sifatini oshiradi va mijozni doimiy foydalanuvchiga aylantiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Karimov I.A. *Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch*. – Toshkent: Ma'naviyat, 2008.
2. Odilov M., Jalolov M. *Turizm: nazariya va amaliyot*. – Toshkent: “Fan va texnologiya”, 2019.
3. Axmedov M. *Marketing asoslari*. – Toshkent: “Iqtisodiyot”, 2020.
4. Saidov M. *Turizm menejmenti va marketingi*. – Samarqand, 2021.
5. Zaynutdinov N.X. *Raqamli marketing: nazariya va amaliyot*. – Toshkent: 2022.
6. UNWTO (World Tourism Organization). *Tourism Marketing Trends*. – Madrid, 2022.
7. Middleton V.T.C., Clarke J. *Marketing in Travel and Tourism*. – Butterworth-Heinemann, 2012.

8. Kotler P., Bowen J., Makens J. *Marketing for Hospitality and Tourism*. – Pearson Education, 2017.
9. www.uzbektourism.uz – O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi rasmiy sayti.
10. www.uzbekistan.travel – O‘zbekistonning rasmiy turizm portali.
11. www.stat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligining rasmiy sayti.
12. www.unwto.org – Jahon turizm tashkilotining rasmiy sayti.
13. www.tourism-review.com – Xalqaro turizm yangiliklari va marketing portali.
14. Makhmudov R.X., G‘ulomova N.T. *Marketing strategiyalari: amaliy yondashuv*. – Toshkent, 2023.