



O'ZBEKISTONDA RAQAMLI MARKETING SALOHİYATI VA UNING TURKIYA MAMLAKATI TAJRIBASI MISOLIDA TURIZMGA TASIRI

Xaqqulov Sardor Norpulat o'g'li

Toshkent Xalqaro Kimyo Universiteti "Turizm" fakulteti 3-kurs talabasi
sardorhaqqulov29@gmail.com; +99891-011-50-77

Anotatsiya: Ushbu ilmiy tadqiqot ishida turizmni rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqishda raqamli marketingning o'рни, ahamiyati va uni rivojlantirishdagi imkoniyatlar haqida so'z boradi. Hozirgi rivojlanayotgan O'zbekiston turizm sohasida ulkan imkoniyatga ega hisoblanadi, ammo hanzuzgacha bu resurslaridan to'laqonli foydalanilmayapti. Shu tufayli, globallashayotgan dunyoda internet web saytlar, turli ijtimoiy tarmoqlar hayotning ajralmas qismiga aylangan bir paytda O'zbekistonning turizm resurslari haqida tashrif buyuruvchilarni xabardor qilishda raqamli marketing strategiyalarini joriy etish va turizm sohasida Turkiya mamlakati tajribasi haqida so'z yuritilgan. Ushbu ilmiy tadqiqot ishida ko'zatuв, sintez va analiz metodlaridan foydalanilgan.

Keywords: raqamli marketing, UNWTO, YaIM, web sahifa, Go Turkey, audiovisual, rebate, ekzotik, ijtimoiy tarmoq, diagramma

Kirish: Xalqaro turizm dunyo iqtisodiyotining yetakchi va eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biridir va hozirda turizm sanoati Jahon YaIMning 9 foizini tashkil qilmoqda. Bugungi kunda dunyodagi deyarli barcha sohalarni raqamli marketingsiz tasavvur qilish qiyin, shu o'rinda turizm sanoatini ham. Raqamli marketing, digital marketing yoki internet marketingi deyiladi va boshqa usullar bilan birgalikda foydalaniladigan tizimli marketing strategiyasidir. Bu usulda, kompaniyalar veb-saytlarni, elektron pochta xabarlarini, ommaviy forumlarni, ijtimoiy tarmoqlarni va boshqa digital platformalarni ishlatib, potentsial mijozlar bilan bog'liq aloqalar qurishga harakat qilishadi. Raqamli marketingning boshlanish davri 1990-yillar bo'lgan. Hozirda turizm sohasida raqamli marketingdan foydalanish davom etmoqda va bu sohada o'ziga xos turli xil qo'llanmalar mavjud. Raqamli marketing turizm sohasida, saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, bloklar, elektron pochta marketingi, shuningdek, turistik kompaniyalar va tashkilotlar orqali mijozlarga eng yaxshi xizmat ko'rsatishga yordam beradi. Turistik kompaniyalar va saytlar, turizm xarajatlari, tashrif buyuruvchilar uchun saytlarda joylashtirilgan talablarga mos tur paketlarini taklif qilish orqali raqamli marketingdan foydalana oladi. Raqamli marketing asosida, turistik kompaniyalar xarajatlar, sayohatlar va turizmga oid xizmatlar to'g'risida mijozlar bilan bog'liq aloqalar tuzishadi va ularning talablari asosida foydali ma'lumotlarni jamlashga yordam beradi. Ijtimoiy tarmoqlar, veb sahifalar orqali, turistik kompaniyalar tur paketlari, tariflar, tarixlar va xarajatlar haqida yuqori sifatli ma'lumotlarni yoyishadi.



Bular mijozlar uchun qulayliklarni ta'minlaydi, ularni turistik sayohatlar haqida tushunchaga olib keladi va o'zlarining xohishlariga mos yo'nalishni tanlashga imkon beradi. O'tgan bir necha yillar davomida Turkiya mamlakati turizm sohasida raqamli marketingdan keng ko'lamda foydalanishni boshladi. Jumladan 2020-yildan "Go Turkey" xalqaro marketing kampaniyasini boshladi. Natijada 2021-yilda turizm daromadi 23.3 milliard dollardan oshib sayyohlar soni 31 millionga yetgan. COVID-19 pandemiyasi natijasida dunyoda turizm sektori qariyb 80% ga qisqargan bo'lsa, Turkiya jahon o'rtacha ko'rsatkichidan 15 - 20 % yaxshiroq ko'rsatkich qayd etgan. Hozirgi davrda O'zbekistonda turizm sohasida raqamli marketingdan foydalanish jadal suratlarida olib borilmoqda. Shu jumladan, 2019-yil 13- avgustdagi "O'zbekiston respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Prezident farmoni³³ qabul qilindi. Farmonga muvofiq:

- xorijiy kinokompaniyalarning O'zbekiston hududida audiovizual mahsulotlar (kino, tele va videofilm, klip, multfilm, animelar) yaratishdagi xarajatlarining bir qismi («rebate») ³⁴bitta mahsulot uchun 300 ming AQSH dollaridan oshmagan miqdorda qoplab beriladi;

- O'zbekistonning tarixiy shaxslari va afsonaviy qahramonlari to'g'risidagi to'liq metrajli badiiy, qisqa metrajli badiiy, xronikal hujjatli filmlarni suratga olish uchun 3 milliard so'mdan oshmagan miqdorda grantlar ajratiladi;

Ushbu maqsadlarda O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi tomonidan ko'plab chet el kompaniyalari bilan shartnomalar imzolanmoqda, jumladan, Turkiya bilan hamkorlikda tarixiy shaxslar hayoti haqida filmlar suratga olinmoqda.

O'zbekiston o'zining ko'plab tarixiy-me'moriy yodgorliklari, turfa xil iqlimi va tez sur'atlarda rivojlanishi bilan butun dunyo diqqatini o'ziga tortmoqda.

Asrlar mobaynida O'zbekiston Buyuk ipak yo'lining savdo, savdogarlar va sayohatchilar, jo'g'rofiyashunoslar va missionerlar, isti'lochilar va zabt etuvchilarning yo'lida joylashgan edi. Ayni paytda esa, O'zbekiston tashabbuskor, madaniyat, tarix, an'ana va ekzotik³⁵ mamlakatlarga qiziquvchilar uchun maftunkor sayyohlik yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda.

Shu sababdan nafaqat O'zbekistonda balki butun dunyoda turizmni rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqishda raqamli marketingning o'rni va ahamiyati hozirda juda muhimdir. Raqamli marketing turizm sohasida reklama va mijozlarga xizmatlar to'g'risida ma'lumot berish uchun o'ziga xos texnologiyalardan foydalangan holda turizmni rivojlantirishga yordam beradi. Raqamli marketing turizm sohasidagi reklamalar uchun hali kam o'rnatilgan ko'p usullardan biridir. Bu usul orqali reklama xabarlarini ko'proq mijozlarga yetkazib berish mumkin. Turistlar bu orqali sayohatlari

³³ PF-5511-sonli prezident farmoni <http://lex.uz>

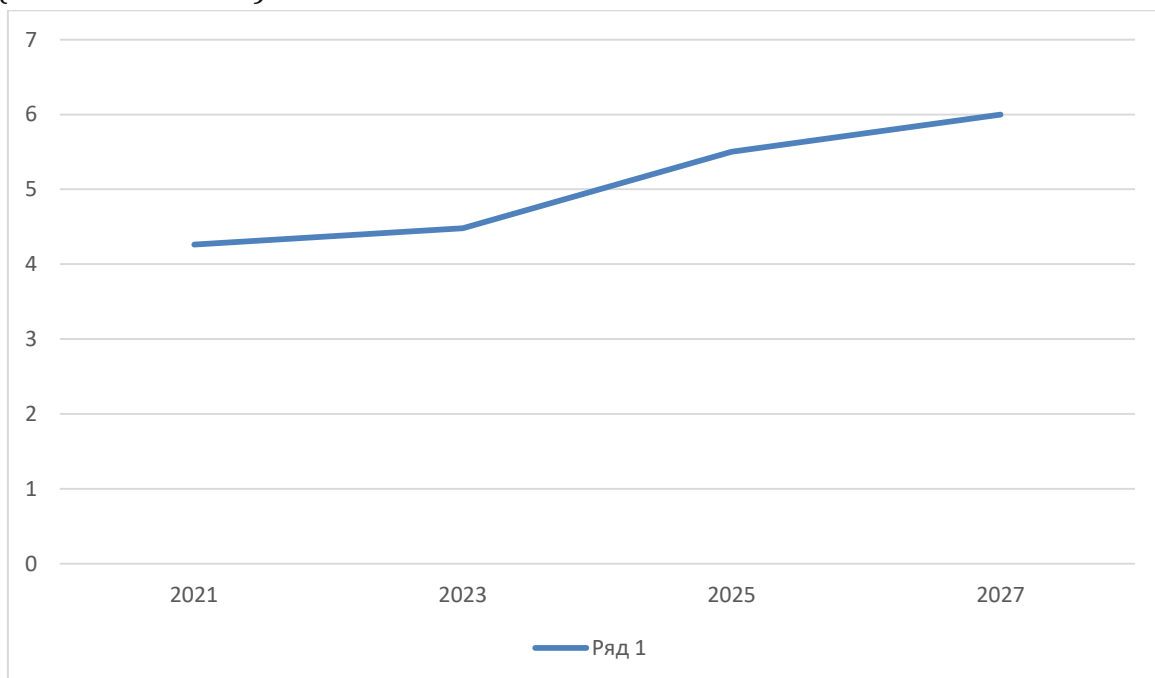
³⁴ Rebate – chegirma, murosaga kelish, qaytarish, qoplash

³⁵ Ekzotik – bir mamlakatga hos bo'lib, boshqa xalqlarga qiziq bo'lgan g'ayri oddiynarsalar, urf-odat va an'analar



davomida nima qilishlari kerakligi, sayohat narxlari, sayohat davomiyligi, mehmonxonalar va restoranlar haqida ma'lumotlar olishlari mumkin. Bundan tashqari, raqamli marketing turizmni rivojlantirishda mijozlarning talablari va xohishlarini tushunish uchun ham yaxshi xizmat ko'rsatadi. Ma'lumotlar analiz qilinishi, joriy tendensiyalar to'g'risida tahlil qilinishi va mijozlar orasida anketa jarayonlari orqali raqamli marketing texnologiyalari yordamida turizm sohasida yangiliklarni ko'rsatish va rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqishga imkon beradi. Turizm sohasidagi raqamli marketingning turizmni rivojlantirishdagi o'rni juda katta. Raqamli marketing texnologiyalari orqali turizmni rivojlantirishni rejalashtirish va maqsadlarni aniqlash, reklama va mijozlar bilan aloqada bo'lish, mijozlarni rag'batlantirish jarayonida yordam berish mumkin. O'z navbatida, raqamli marketing sayohat kompaniyalari, restoranlar, mehmonxonalarni va boshqa turizm sohasidagi tadbirkorlarni faollashtirish uchun reklama texnologiyalarini yaxshiroq qo'llash imkonini beradi. Bundan tashqari, raqamli marketing texnologiyalari orqali turizm sohasidagi yangiliklarni ishga tushirishni osonlashtirish mumkin. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar turistlarni resurslardan xabardor qilish va jalb qilish uchun eng qulay platforma. Shu o'rinda quyidagi diagrammada bugung kunda butun dunyoda ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilar soni yildan yilga o'sib borayotganini ko'rishimiz mumkin:

1. *Dunyo bo'ylab ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilar soni (milliard hisobida)*



Hozirda dunyo boylab sayohat qiluvchilarning asosiy qismini 23 yoshdan 45 yoshgacha bo'lgan sayyohlar tashkil qiladi. Bular "Y" avlodga ³⁶kiruvchi 1980 - 1996-

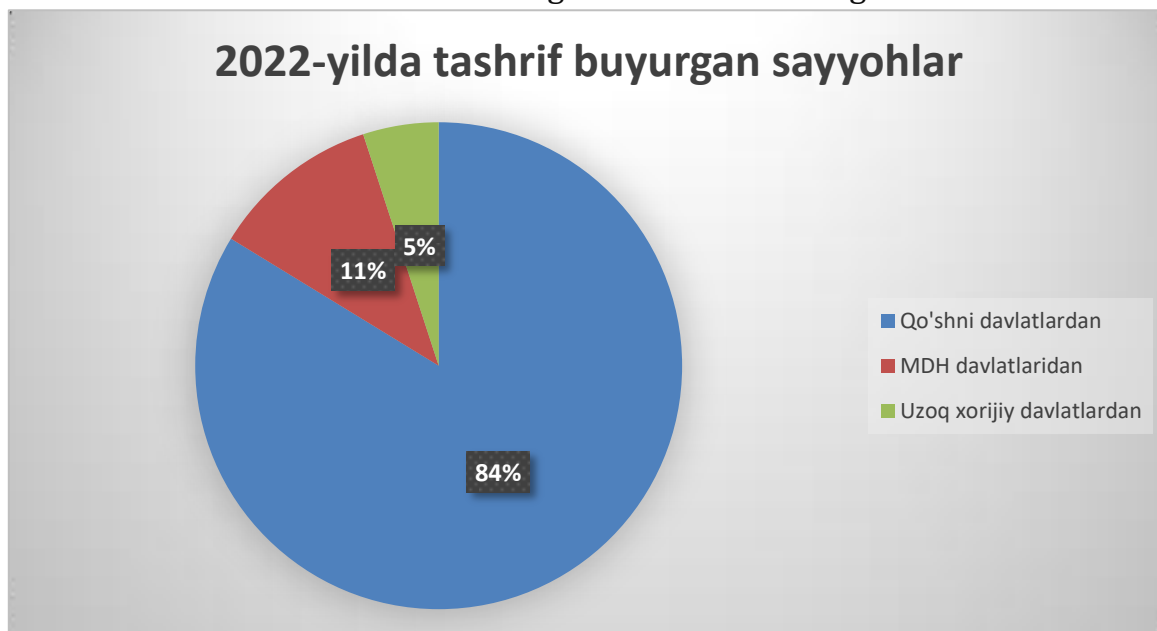
³⁶ Y avlod – 1980 va 1996-yillar oralig'ida tug'ilgan avlod.



yillar oralig'ida tug'ilgan avlodga aytiladi va ularning deyarli barchasi ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalanadi. Shu ko'rsatkichlar ham bugungi kunda turizm sohasida raqamli marketingning ahamiyati naqadar muhim ekanligini ko'rsatib turibdi.

O'zbekiston faqatgina tarixiy va afsonaviy me'morchiligi bilan mashhur bo'lib qolmasdan, aktiv sayyohlik yo'nalishlariga ham ega. Mamlakatimizning geografik jihatdan qulay joylashganligi bu yerda zamonaviy qulaylik va yovvoyi tabiatning uyg'unlikka kirisha olishiga inkon beradi. O'zbekiston hududida har qanday tabiat landshaftlarini: tog', vodi, cho'l, daryo va ko'lni uchratish mumkin. Ammo bugungi kunda yurtomizga tashrif buyuruvchi turistlarning asosiy qismi bizning tarixiy obidalaridan, milliy urf odat va an'analardan, hunarmandchilik va san'atimizdan, milliy taomlarimizdan bahramand bo'lish uchun tashrif buyurmoqda. Tashrif buyuruvchilarning asosiy qismini asosan, 35 yoshdan 55 yoshgacha bo'lgan sayyohlar tashkil qilmoqda. Bunga sabab bizda ko'ngilochar turizm uchun yosh sayyohlarga kerakli shart-sharoitlar yaratilmayotgani va ushbu resurslardan ularni xabardor qilish yaxshi yo'lga qo'yilmaganligidadir. Shuni alohida ta'kidlash kerakki, 2022 yilda mamlakatimizga kelgan turistlarning 49,6 foizini, ya'ni 2 593 400 nafarini 31 yoshdan 55 yoshgacha bo'lgan kishilar tashkil qilgan. Shuningdek, xorijlik turistlarning 723,3 ming nafari - 18 yoshgacha bo'lganlar, 846,5 ming nafari - 19 yoshdan 30 yoshgacha bo'lganlar hamda 1 069,6 ming nafari 50 yoshdan oshgan kishilar bo'ldi.

Quyidagi diagrammada 2022-yilda O'zbekistonga tashrif buyurgan sayyohlarning hududlar kesimidagi statistikasi keltirilgan:



Hukumat tomonidan turizm sohasini modernizatsiya qilish, davlatda transport va mehmonxona infrastrukturasi yaxshilash, hamda turizmda normativ-huquqiy bazani mukammallashtirish sohalarida ulkan ishlar amalga oshirilmoqda.

Turizm mahsulotlarini xorijda tanitish maqsadida "Mega-info-tur" - tanishuv safarlari marketing loyihasi horijiy turistik kompaniyalar va ommaviy axborot vakillari uchun amalga oshirilib kelinmoqda. Shu kabi safarlar turistik mavsumlarni kengaytirish, vatanimizga keluvchi turistlar oqimlari muddatini optimallashtirish,



hamda O'zbekistonda har bir fasl turistlar uchun o'ziga xos bo'lishini ko'rsatib berishda muhim ro'l o'ynaydi.

Bundan tashqari O'zbekistonning turistik salohiyatini qo'llab-quvvatlashda UNWTO³⁷ning rahnamoligida o'tadigan Toshkentdagi xalqaro "Ipak yo'lidagi turizm" yarmarkasining ham ahamiyati juda katta. Bu yarmarkaning asosiy maqsadi turizm sohasidagi o'zbek hamda xorij mutaxassislarini birlashtirish, ular o'rtasida professional hamkorlikni yanada kengaytirishdan iborat. Bugungi kunga kelib bu xalqaro yarmarka Markaziy Osiyodagi eng yirik ko'rgazmalardan biri sifatida nom qozongan. Hozirgi davrda O'zbekiston turizmni rivojlantirish maqsadida qator mamlakatlar bilan hamkorlikni yo'lga qo'ymoqda, shu jumladan, Turkiya bilan keng ko'lamlilik hamkorlik ishlari olib borilmoqda. Shu o'rinda 2018-yil muhtaram Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning Turkiya Respublikasiga qilgan tashrifi doirasida ikki tomonlama imzolangan qator kelishuvlarga asosan turizm sohasida istiqbolli loyihalarni amalga oshirish bo'yicha ham aniq tashabbuslar ilgari surilgan edi.

Ayni chog'da ikki mamlakat vazirlik va idoralari o'rtasida muzokaralar olib borilmoqda. Ushbu sa'y-harakatlarning dastlabki samarasi sifatida Samarqand hamda Istanbul shaharlariga to'g'ridan-to'g'ri aviareyslar yo'lga qo'yilib, turkiyalik jurnalistlar yurtimizda bo'lishdi.

Yaqinda Turkiyada o'tkazilgan xalqaro sayyohlik ko'rgazmasida O'zbekiston vakillari ham qatnashdi. Ushbu aloqalarning uzviy davomi sifatida Turkiyaning yirik sayyohlik kompaniyalari ishtirokidagi delegatsiya a'zolari mamlakatimizga tashrif buyurishdi. Ular qadimiy shaharlarimizdagi tarixiy qadamjo va ziyoratgohlarda bo'lib, O'zbekistonning sayyohlik salohiyati bilan yaqindan tanishdilar.

— O'zbekiston hukumati tashabbusi bilan yurtimizda mehmonimiz, — deydi turk sayyohlik kompaniyasi vakili Mehmet Chabuk. — Buxoro, Xiva hamda Samarqand shaharlarini tomosha qildik. Bu yerlarning o'ziga xosligi Buyuk Ipak yo'li chorrahasida joylashganligidir. Sayohatimiz ko'ngilli o'tmoqda. Endigi vazifa — ushbu mo'jizalar haqida turk sayyohlariga gapirib berish. Bu ularni go'zal shaharlarga chorlashi aniq. Ha, bu yurtda hamma narsa go'zal, odamlari ham, odatlari ham o'ziga xos. Hunarmandchilik an'analari esa o'zi bir olam...

Shuningdek, Turk va o'zbek turoperatorlari o'rtasida o'tkazilgan uchrashuvda mehmonlarning yurtimiz sayyohlik imkoniyatlari, sohani jadal rivojlantirish borasida qonunchiligimizda amalga oshirilayotgan o'zgarishlar, sarmoyaviy muhitni yaxshilash, sohaga xorijiy investitsiyalarni keng jalb qilish, infratuzilmalar faoliyatini jahon standartlari darajasiga ko'tarish borasida ko'rilayotgan amaliy tadbirlar haqida ma'lumotlar berildi.

Shu o'rinda, bugungi kundagi turizm sohasida raqamli marketingdan keng ko'lamlilik va ancha salohiyatli tarzda foydalanayotgan Turkiya mamlakati tajribasiga

³⁷ UNWTO – Butun jahon sayyohlik tashkiloti (United Nations World Tourism Organization) 1971-yil 1-noyabrda tashkil etilgan, shtab kvartirasi Madridda joylashgan



e'tibor qaratsak. Hozirda, butun dunyo bo'ylab turkiyaga sayyohlar tashrif buyurmoqda va bu Turkiya o'z resurslarini sayyohlarga to'laqonli ochib berayotganligidandir. Turkiyaga tashrif buyurmoqchi bo'lgan sayyohlar Turkiy haqida ma'lumot olishlari uchun ijtimoiy tarmoqlarda, web sahifalardan o'zlari uchun kerakli bo'lgan barcha malumotlarni olishi mumkun. Jumladan, 2020-yilda boshlangan "Go Turkey" marketing kompaniyasi natijasida Turkiyaga turistlar oqimi sezilarli darajada oshganini ko'rish mumkun. Bundan tashqari turk rejissiyorlari tomonidan suratga olinayotgan tarixiy hamda zamonaviy kino va seriallar ham Turkiyaning turizm marketingida katta rol o'ynamoqda.

Mamlakatimiz ko'ngilochar turizmni rivojlantirish va yosh turistlarni jalb qilish uchun yetarlicha shart-sharoit va resurslarga ega, faqatgina bizning keying vazifamiz shu yo'nalishdagi resurslarni aniqlab, ularni rivojlantirish va bu turistik manzillar haqida tashrif buyuruvchilarni xabardor qilishdan iborat. Shu o'rinda O'zbekiston ham turizm industriyasini yanada rivojlantirish uchun raqamli marketing texnologiyalari va strategiyalaridan unumli foydalansa, maqsadga muvofiq bo'lar edi. Shu tufayli xalqaro miqyosdagi marketing kampaniyalar harakatini yo'lga qo'yish va bu orqali turistlarni katta miqyosda jalb qilish mumkin. Bunda bizga Turkiya mamlakati tajribasi qo'l keladi.

Bugungi globallashayotgan dunyoda turizm sohasi davlat budjetiga eng katta foyda keltiruvchi tarmoqlardan biridir. Shu tufayli, O'zbekiston Respublikasi turizm sohasini jadal rivojlantirish chora tadbirlarini izlamoqda. Ushbu ilmiy maqolada Turkiya mamlakati tajribasi misolida turizm sohasida marketing kampaniyalaridan to'g'ri foydalanish va hozirda eng rivojlangan raqamli marketing strategiyalarini qo'llash borasida takliflar berib o'tilgan. Jumladan, mamlakatimizning turizm salohiyatini oshirishda va bu yo'nalishni yanada kengaytirishda digital marketing texnologiyaridan foydalanish hamda bu turistik resurslarni reklama qilishda ijtmoyiy tarmoqlardan keng foydalanish ko'zda tutilgan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. www.uzbektourism.uz
2. <http://www.uzbekistan-geneva.ch/turizm-191.html>
3. Birzhakov, M. B. (2000). Introduction to tourism. SPb.: Publishing Trading House Gerda
4. <https://aniq.uz/uz/yangiliklar/uzbekistonga-tashrif-buyurgan-aksariyat-sayyohlarning-yoshi-31-55-yoshni-tashkil-qildi-foto#bounce#bounce>
5. <http://www.uzbekistan-geneva.ch/turizm-191.html>
6. <https://kun.uz/uz/news/2023/01/18/2022-yilda-ozbekistonga-qancha-sayyoh-kelgani-malum-qilindi?q=%2Fnews%2F2023%2F01%2F18%2F2022-yilda-ozbekistonga-qancha-sayyoh-kelgani-malum-qilindi>



7. STATISTIKA | Rasmiy kanal(Ўзбекистон Республикаси Президенти хузуридаги Статистика агентлиги Матбуот хизмати раҳбарининг расмий канали Мурожаат учун: @UsmonRustamovich
8. www.lex.uz
9. www.stat.uz