

TURIZM TARG‘IBOTIDA RAQAMLI MEDIA VA IJTIMOY TARMOQLAR IMKONIYATLARI

Shuxratova Dildora Shuxrat qizi

*Uzbekiston Jurnalistika va ommaviy Kommunikatsiyalar Universiteti 2-kurs
magistranti, Toshkent, O‘zbekiston.*

Tel: +998904991299; email: paradisedia22@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada raqamli media va ijtimoiy tarmoqlarning turizm sohasini targ‘ib qilishdagi roli, samaradorligi va zamonaviy texnologiyalar bilan integratsiyasi tahlil qilinadi. Maqola doirasida veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, AR/VR texnologiyalari hamda foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentning sayohatchilar xulq-atvoriga qanday ta’sir ko‘rsatishi ilmiy manbalar asosida yoritilgan. Shuningdek, raqamli marketingning imkoniyatlari bilan birga, duch kelinayotgan muammolar va ularni bartaraf etish yo‘llari ham ko‘rib chiqilgan. O‘zbekiston misolida raqamli turizm targ‘ibotining istiqbollari ham tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: Turizm marketingi, raqamli media, ijtimoiy tarmoqlar, foydalanuvchi yaratilgan kontent(UGC), mobil ilovalar, AR/VR, O‘zbekiston turizmi.

Аннотация: В данной статье анализируется роль, эффективность и интеграция современных технологий в продвижение туризма через цифровые медиа и социальные сети. В статье рассматривается влияние веб-сайтов, социальных сетей, мобильных приложений, технологий AR/VR и контента, созданного пользователями, на поведение туристов, ссылаясь на научные источники. Также рассматриваются возможности цифрового маркетинга, а также проблемы, с которыми сталкиваются его пользователи, и способы их решения. В статье также проанализированы перспективы цифрового продвижения туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: Туристический маркетинг, цифровые медиа, социальные сети, контент, созданный пользователями (UGC), мобильные приложения, AR/VR, туризм в Узбекистане.

Annotation: This article analyzes the role, effectiveness, and integration of modern technologies in the promotion of tourism through digital media and social networks. The article covers the impact of websites, social networks, mobile applications, AR/VR technologies, and user-generated content on tourist behavior, based on scientific sources. Furthermore, the article discusses the opportunities of digital marketing alongside the challenges faced and strategies for overcoming them. The prospects of digital tourism promotion in Uzbekistan are also analyzed.

Keywords: *Tourism marketing, digital media, social networks, user-generated content (UGC), mobile applications, AR/VR, Uzbekistan tourism.*

So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalarning keng tarqalishi turizm sohasini tubdan o‘zgartirdi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli media platformalari sayyohlar bilan aloqani o‘rnatish, mahsulot va xizmatlarni targ‘ib qilishda muhim vositaga aylangan. Ushbu maqolada aynan shu vositalarning turizm sohasidagi imkoniyatlari, afzalliklari va muammolari tahlil qilinadi.

Raqamli media — bu turizm manzillarini, mahsulotlar va xizmatlarni targ‘ib qilish uchun onlayn platformalardan foydalanadigan keng qamrovli strategiyadir. Nessraoui Dounia Zed o‘z tadqiqotlarida ta’kidlab o‘tganidek, so‘nggi yillarda raqamli iqtisodiyotdagi innovatsiyalar tez sur‘atlar bilan kengayib bormoqda, bunda ochiq manba tizimlari, platforma texnologiyalari, yuqori tezlikdagi va samarali qidiruv tizimlari, smartfonlar va boshqa simsiz va simli tarmoq infratuzilmasiga asoslangan qurilmalar kabi zamonaviy texnologiyalar va usullar turli sanoatlarning ko‘rinishini sezilarli darajada o‘zgartirdi⁴³. Turizm — bu muhim iqtisodiy sektor bo‘lib, xalqaro miqyosda ajoyib investitsiya imkoniyatlarini taqdim etadi va har yili tezkor o‘shishni qayd etmoqda. Masalan, 2017 yilda xalqaro sayyohlar soni kutilmagan tarzda 1,3 milliardga yetib, tarixiy rekordni yangiladi, bu esa YaIMning 10,4% ni tashkil qiladi va turizm sohasi global miqyosda 313 million ish o‘rni yaratdi⁴⁴. Shu nuqtada, turizm raqamli marketing orqali global dunyoni targ‘ib qilish uchun jozibali, qiziqarli, tez o‘sovchi va imkoniyatlarga boy sektor hisoblanadi.

Raqamli marketing turizm sanoati bilan mijozlar o‘rtasidagi aloqani sezilarli darajada o‘zgartirdi, bu soha turizm manzillarini targ‘ib qilish va potentsial mijozlar bilan muloqot qilishda yangi usullarni taqdim etadi. Quyida turizmning qaysi zamonaviy marketing usullari turistlarning sayohat manzilini tanlashiga ta’sir ko‘rsatishi va ularning qarorlarida qanday rol o‘ynashini ko‘rsatadigan asosiy usullar keltirilgan.

Veb-saytlar: Veb-saytlar ishonchli va aniq axborot manbai sifatida ko‘riladi, bu sayohat bilan bog‘liq kontentni nashr etishda yuqori darajadagi korporativ nazoratga ega. Veb-saytlar tarkibi maqsadga yo‘naltirilgan, dolzarb, keng qamrovli va muntazam yangilanishi kerak. Bundan tashqari, veb-saytlar mijozlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqani saqlash, vositachilarni yo‘qotish va brendga mijozlar sodiqligini yaratish maqsadida ishlaydi.

⁴³ Digital Marketing in the Tourism Industry, 2023 -

https://www.researchgate.net/publication/373549701_Digital_Marketing_in_the_Tourism_Industry

⁴⁴ Digital Platforms and the Future of Tourism, 2018 - <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>

Sayyohlar, turistik manzillar haqida ma'lumot olish uchun qidiruv tizimlaridan foydalanadilar. Sayyohlar qidiruv tizimlarini ishlatib, manzilga oid ma'lumotlarni topgach, sayohat veb-saytlariga murojaat qiladilar va SEO (qidiruv tizimlarini optimallashtirish) texnikalari yordamida veb-saytlar ko'proq trafikka erishib, sotuvlarini oshirishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlar: Ijtimoiy tarmoqlar sayohatchilar tomonidan ma'lumot olish va o'z tajribalarini baham ko'rish uchun keng qo'llaniladigan raqamli marketing vositalaridan biridir. Ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilarga virtual jamoalar shakllantirish imkonini beradi va sayohat tajribalarini jamoatga taqdim etishda qaror qabul qilishda muhim rol o'ynaydi. Sayyohlarning ishtiroki orqali turli xil kontentlarni kuzatish va muhokama qilish imkoniyati mavjud bo'lib, bu orqali sayohat tajribalari haqidagi yangiliklar doimiy tarzda dostlar va yaqin kishilar bilan baham ko'riladi. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoq postlari potentsial mijozlarning hissiy ehtiyojlariga ta'sir qilib, ijtimoiy faoliyatni, masalan, jonli matnli xabarlar va video almashish osonlashtiradi, onlayn ijtimoiy aloqalar va o'zaro aloqalarni ham rag'batlantiradi. Oxir-oqibat, ijtimoiy tarmoqlar sayohatchilarga manzillar haqidagi onlayn sharhlarni joylashtirish imkonini beradi. Sayohatchilarning 85% dan ortig'i uchib ketishdan oldin onlayn sharhlarni o'qiydi, bu esa mijozlarning ko'pchiligi sayohat qarorlarini boshqalarning fikrlariga tayanib qabul qilishlarini anglatadi⁴⁵. Marketing nuqtai nazaridan, ijtimoiy tarmoqlar aloqa va almashish platformasi sifatida muhim ahamiyatga ega. Misol uchun, Facebook kompaniyalarga potentsial mijozlarga o'z sahifalarini "like" qoldirish, ya'ni "yoqtirish" imkoniyatini yaratib, yangi kontentga kirish, yangiliklardan xabardor bo'lish va kompaniya bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqada bo'lish imkoniyatini beradi. Bu aloqani saqlash imkoniyati kompaniyalar uchun mijozlarning sahifani qanday ishlatayotganini tushunishga yordam beradi. Bundan tashqari, kompaniyalar tadbirlar va tanlovlar o'tkazishlari, hikoyalar, suratlar va videolarni nashr etish orqali biznes sahifalari izdoshlari bilan muhokama olib borishlari mumkin.

Chat-botlar: Chat-botlar - bu odamlar bilan o'zaro aloqani simulyatsiya qilishga mo'ljallangan avtomatlashtirilgan suhbat tizimlaridir va ular virtual xizmat ko'rsatuvchilar yoki "elektron xizmat ko'rsatuvchilar" sifatida qaralishi mumkin. Turizm tashkilotlari tomonidan xizmat tajribalari uchun chat-botlarni qo'shish, mijozlarning mamnuniyatini oshirishda muhim ahamiyatga ega bo'lib, ularni sayohatni rejalashtirishda yordam beradigan ko'nikmalar bilan dasturlash mumkin. Chat-botlar shuningdek, ishonchli axborot va real vaqtli aloqalarni taqdim etadi. Sayohat tiliga oid turli so'zlarni tarjima qilish va

⁴⁵ consumer research identifies how to present travel review content for more bookings -

https://analytics.trustyou.com/help/wp-content/uploads/2015/02/consumer-research-identifies-how-to-present-travel-review-content-for-more-bookings.pdf?utm_source=chatgpt.com

tushunishni ta'minlaydigan chat robotlari, turistlar va mahalliy sayohatchilar uchun yaxshi vositadir. Sayohat OAVlari uchun chat-botlarni raqamli marketing vositalariga qo'shish bizneslar uchun istiqbolli o'sish imkoniyatlarini taqdim etadi⁴⁶.

Augmented Reality (AR) va Virtual Reality (VR): Augmented Reality (AR) va Virtual Reality (VR) texnologiyalari turizm hali boshlang'ich bosqichda bo'lishiga qaramay, ularning turizm sanoatidagi o'rni va akademik sohada kengayishi davom etmoqda. AR, tabiiy muhitga raqamli axborot qo'shish orqali foydalanuvchilarga o'zlarining atrof-muhitini ko'rish imkoniyatini beradi va bu tajribani takomillashtiradi. Virtual Reality (VR) esa raqamli texnologiyalar yordamida mijozlarga simulyatsiya qilingan atrof-muhitni ko'rish va tajriba qilish imkoniyatini beradi. AR va VR texnologiyalarini turizm qo'llash sayohatni faqat sayohat joylarini ko'rish orqali emas, balki ular bilan to'liq **interaktiv** tarzda tajriba qilish imkonini beradi. Turizm uchun AR va VR sayohatni amalga oshirishni virtual tarzda o'zgartirishda juda muhim vositalardir. VR sayohatni o'rganishda yordam beradigan innovatsion texnologiyadir, bu o'z navbatida turizmni yangi avlod uchun yanada jozibador qiladi. Masalan, sayohat joylarini virtual tarzda o'rganish, ular haqida ko'proq ma'lumot olish, ularni butunlay boshdan kechirish imkoniyati yaratadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, faqatgina virtual turizm bozorining o'zi 2023 yildan 2028 yilgacha yiliga 30,2% ga o'sishi va \$23,5 milliardgacha bo'lgan qiymatga yetishi kutilmoqda. VR va AR texnologiyalar turizm sanoatini o'zgartirib, brendlarga raqobatbardosh va o'zgaruvchan bozor maydonida dolzarb bo'lishiga yordam berishi shubhasizdir.⁴⁷

Mobil sayohat ilovalari: bugungi kunda, eski kartalar va qog'ozli qo'llanmalar o'rnini interaktiv mobil ilovalar egallamoqda. Sayohat ilovalari sayohatchilarga qulay va arzon imkoniyatlar taqdim etadi, ularning funksiyalari orasida yo'nalish generatorlari, geo-tracking xizmatlari, ob-havo prognozlar, til tarjimoni, valyuta konvertori va boshqa ko'plab xizmatlar mavjud. Sayohat ilovalari sayohatchilarga o'z sayohatlarini rejalashtirishda yordam beradi va ular uchun eng samarali, arzon variantlarni taqdim etadi.

Biroq, bu imkoniyatlar bilan birga ijtimoiy tarmoqlarda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan muammolarni hal qilish zarur. Xususan, O'zbekiston kabi mamlakatlar bu raqamli vositalardan foydalanish orqali turizm sohasidagi ba'zi cheklovlarni bartaraf etishlari, masalan, kam ma'lum bo'lgan manzillarni targ'ib qilish va yangi demografik guruhlarini jalb qilishda muvaffaqiyatga erishishlari mumkin. O'zbekistonning turizm sohasida, samarali

⁴⁶ Chat bots on tourism industry: How AI is transforming travel plannings and support, 2025 -

<https://smythos.com/developers/agent-development/chatbots-in-the-travel-industry/>

⁴⁷ Augmented Reality in tourism and travel, 2025 - <https://rockpaperreality.com/insights/ar-use-cases/augmented-reality-in-tourism-and-travel/>

kontentni diversifikatsiya qilish, interaktivlikni kuchaytirish va ilg‘or texnologiyalar, masalan, AR va VR kabi vositalarni integratsiya qilish orqali, mamlakat o‘zining global turizm xaritasidagi o‘rnini kengaytirish imkoniyatiga ega. Innovatsion vositalardan foydalanish, nafaqat O‘zbekistonning turizm manzillarini targ‘ib qilishda, balki sayohatchilar uchun yanada chuqurroq va batafsil tajriba yaratishda ham yordam beradi. Shu bilan birga, O‘zbekiston turizmni targ‘ib qilishda raqamli media va ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish orqali o‘zining global raqobatbardoshligini oshirish, turizm infratuzilmasini rivojlantirish va barqaror turizmni rivojlantirishga qaratilgan yondashuvlarni ilgari surishi mumkin.

Adabiyotlar:

1. Digital Marketing in the Tourism Industry, 2023 - https://www.researchgate.net/publication/373549701_Digital_Marketing_in_the_Tourism_Industry
2. Digital Platforms and the Future of Tourism, 2018 - <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>
3. Consumer research identifies how to present travel review content for more bookings - https://analytics.trustyou.com/help/wp-content/uploads/2015/02/consumer-research-identifies-how-to-present-travel-review-content-for-more-bookings.pdf?utm_source=chatgpt.com
4. chat bots on tourism industry: How AI is transforming travel plannings and support, 2025 - <https://smythos.com/developers/agent-development/chatbots-in-the-travel-industry/>
5. Augmented Reality in tourism and travel, 2025 - <https://rockpaperreality.com/insights/ar-use-cases/augmented-reality-in-tourism-and-travel/>