Materiallar to'plami · Conference Proceedings
"ZAMONAVIY TADQIQOTLAR VA BARQAROR RIVOJLANISH" respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi
04 August 2026
UDK 338.48
ANIQ FANLAR

TURIZM EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI BRENDINGNING O'RNI

Nusratilla Kudratillayevich Rixsiyev*
Bilim va ko'nikmalarni baholash markazi MCH mutaxassisi
✉ nusratilla.88@gmail.com

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada turizm eksportini rivojlantirishda raqamli brendingning ahamiyati, xalqaro turizm bozorida mamlakat imijini shakllantirishdagi o'rni hamda zamonaviy raqamli marketing vositalarining samaradorligi tahlil qilingan. Raqamli platformalar orqali milliy turizm brendini yaratish, xorijiy turistlar ishonchini oshirish va turizm xizmatlari eksportini kengaytirishning nazariy hamda amaliy jihatlari yoritilgan. Shuningdek, rivojlangan davlatlar tajribasi va O'zbekiston sharoitida raqamli brendingni rivojlantirish istiqbollari bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar

turizm eksporti, raqamli brending, xalqaro biznes, turizm marketingi, SMM, milliy brend, raqamli marketing, turizm xizmatlari.

DOI: 10.5281/zenodo.21743455

Kirish.

Globallashuv sharoitida turizm xizmatlari xalqaro xizmatlar savdosining eng tez rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Mamlakatlar o'rtasidagi raqobat kuchayib borayotgan bir davrda nafaqat turistik resurslarning mavjudligi, balki ularni xalqaro bozorda to'g'ri namoyish etish ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Shu nuqtai nazardan, raqamli brending turizm eksportini rivojlantirishning strategik vositasiga aylanmoqda.

Raqamli brending – bu internet va raqamli platformalar orqali mamlakat yoki kompaniyaning ijobiy imijini shakllantirish, uning xizmatlarini xalqaro auditoriyaga tanitish va iste'molchilar ongida mustahkam brend yaratish jarayonidir. Turizm sohasida raqamli brending tarixiy obidalar, madaniy meros, milliy taomlar, mehmondo'stlik va tabiiy maskanlarni zamonaviy kommunikatsiya vositalari orqali dunyoga targ'ib qilishni nazarda tutadi[1].

O'zbekiston boy tarixiy va madaniy merosga ega bo'lishiga qaramay, xalqaro turizm bozorida brend sifatida o'z salohiyatini to'liq namoyon etish uchun raqamli marketing va brending imkoniyatlaridan yanada samarali foydalanishi zarur. Shu sababli ushbu mavzuning ilmiy va amaliy ahamiyati ortib bormoqda.

Raqamli brending turizm eksportining barqaror o'sishini ta'minlaydigan muhim omillardan biridir. Zamonaviy turist sayohat qilishdan oldin internet orqali ma'lumot izlaydi, ijtimoiy tarmoqlardagi videolarni tomosha qiladi, boshqa sayyohlarning fikr-mulohazalari bilan tanishadi va shundan keyingina qaror qabul qiladi. Demak, mamlakatning raqamli makondagi imiji turistlarni jalb etishda hal qiluvchi rol o'ynaydi[2].

Bugungi kunda Instagram, TikTok, YouTube, Facebook va LinkedIn kabi platformalar turizm marketingining asosiy kanallariga aylangan. Ushbu platformalarda joylashtirilgan professional foto va videolar, virtual sayohatlar, 360 darajali tasvirlar hamda sayohat blogerlari yaratgan kontent mamlakatning turistik salohiyatini keng auditoriyaga yetkazish imkonini beradi.

Raqamli brendingning muhim elementlaridan biri yagona vizual identifikatsiyani shakllantirishdir. Logotip, slogan, ranglar uyg‘unligi, rasmiy veb-sayt dizayni va ijtimoiy tarmoqlardagi yagona uslub mamlakatning xalqaro turizm bozoridagi tanilishini oshiradi. Brendning izchil va professional namoyish etilishi xorijiy turistlarda ishonch uyg‘otadi hamda sayohat qilish istagini kuchaytiradi[5].

Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, Ispaniya, Turkiya, Birlashgan Arab Amirliklari va Singapur o‘z milliy turizm brendlarini raqamli platformalar orqali muvaffaqiyatli rivojlantirgan. Ushbu davlatlar ko‘p tilli rasmiy turizm portallari, ijtimoiy tarmoqlardagi faol marketing kampaniyalari, mashhur blogerlar bilan hamkorlik va sun’iy intellekt asosidagi reklama vositalaridan keng foydalanmoqda. Natijada ushbu mamlakatlarning xalqaro turizm bozori ulushi va xizmatlar eksportidan tushadigan daromadi izchil ortib bormoqda.

O‘zbekistonda ham «Samarqand», «Buxoro», «Xiva», «Shahrisabz» kabi tarixiy shaharlar xalqaro auditoriyada yuqori qiziqish uyg‘otmoqda. Biroq ularning yagona milliy turizm brendi ostida tizimli targ‘ib qilinishi hali yetarli darajada yo‘lga qo‘yilmagan. Ayrim hududlarda raqamli marketing kampaniyalari muntazam emas, xorijiy tillardagi kontent hajmi cheklangan va zamonaviy analitik vositalardan foydalanish darajasi past[6].

Shuningdek, turizm eksportini rivojlantirishda mobil ilovalar, onlayn bron qilish tizimlari, sun’iy intellektga asoslangan tavsiya platformalari va virtual reallik texnologiyalaridan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu vositalar xorijiy turistlarga sayohatni rejalashtirishni osonlashtiradi va mamlakatning raqamli imijini mustahkamlaydi.

Xulosa.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, raqamli brending xalqaro turizm bozorida muvaffaqiyatli raqobat olib borishning asosiy omillaridan biridir. Mamlakatning ijobiy raqamli imijini shakllantirish xorijiy turistlar oqimini oshirish, xizmatlar eksportini kengaytirish va xalqaro biznesdagi raqobatbardoshlikni mustahkamlashga xizmat qiladi.

O‘zbekiston sharoitida turizm eksportini rivojlantirish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

milliy turizm brendining yagona konsepsiyasini ishlab chiqish;

ko‘p tilli raqamli kontent yaratish va muntazam yangilab borish;

xalqaro SMM kampaniyalarini kuchaytirish;

mashhur xorijiy blogerlar va media platformalar bilan hamkorlikni kengaytirish;

sun’iy intellekt va katta ma’lumotlar (Big Data) asosida marketing tahlillarini joriy etish;

hududiy turizm tashkilotlari uchun raqamli marketing bo‘yicha malaka oshirish dasturlarini yo‘lga qo‘yish.

Mazkur takliflarni amalga oshirish O‘zbekistonning xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligini oshirish, mamlakatning turistik brendini mustahkamlash hamda xizmatlar eksportidan olinadigan daromadni ko‘paytirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. Turizm sohasiga oid statistik va tahliliy hisobotlar.
2. O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Turizm va xizmatlar sohasi statistik ma’lumotlari.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizm va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga oid normativ-huquqiy hujjatlari.
4. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 16th ed. Pearson, 2022.
5. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. 8th ed. Pearson, 2022.
6. Aaker D. Building Strong Brands. Free Press.
7. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Palgrave Macmillan.
8. UN Tourism. World Tourism Barometer. 2024.
9. OECD. Tourism Trends and Policies. 2024.
10. UNCTAD. Digital Economy Report. 2024.