

TURIZM XIZMATLARINI TARG'IB QILISHDA INNOVATSION MARKETING STRATEGIYALARI

Karimov Shahbozxo'ja Xamdamjon o'g'li,
Farg'ona davlat universiteti "Iqtisodiyod va servis"
kafedrası o'qituvchisi. karimovshahboz417@gmail.com

Usmonova Karima Axrorjon kizi
Farg'ona davlat universiteti "Iqtisodiyod"
fakultet talabasi. usmonovaakarima@gmail.com

Annotatsiya: Bugungi kunda turizm sohasida raqobat kuchayib, innovatsion marketing strategiyalaridan samarali foydalanish zarurati ortib bormoqda. Ushbu maqolada turizm xizmatlarini targ'ib qilishda raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar, sun'iy intellekt va kontent marketing kabi zamonaviy yondashuvlar tahlil qilinadi. Shuningdek, O'zbekistonda turistik brendingni shakllantirish, tajriba marketingi, bloggerlik targ'iboti hamda interaktiv reklama usullarining samaradorligi o'rganiladi. Tadqiqot natijalari turizm xizmatlarini ilgari surishda innovatsion marketing strategiyalarining ahamiyatini yoritib, kelgusidagi rivojlanish yo'nalishlari bo'yicha tavsiyalarni o'z ichiga oladi.

Kalit so'zlar: turizm marketingi, innovatsion strategiyalar, raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar, brending.

Kirish: Bugungi kunda turizm sohasi jadal rivojlanib, global iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biriga aylangan. Raqobatning kuchayishi turizm xizmatlarini samarali targ'ib qilish uchun innovatsion marketing strategiyalaridan foydalanishni talab etmoqda. An'anaviy reklama usullari o'z samarasini yo'qotayotgan bir paytda, raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt, ijtimoiy tarmoqlar va tajriba marketingi kabi yangi yondashuvlar mijozlarni jalb qilish va turizm brendlarini rivojlantirishda muhim rol o'ynamoqda.

Ushbu tadqiqotning maqsadi turizm xizmatlarini targ'ib qilishda innovatsion marketing strategiyalarining samaradorligini tahlil qilish, xorijiy tajribalarni o'rganish hamda ularni O'zbekiston sharoitida qo'llash imkoniyatlarini aniqlashdan iborat.

Asosiy qism: Bugungi kunda raqamli texnologiyalar va internet platformalarining rivojlanishi turizm sohasida marketing strategiyalarini tubdan o'zgartirmoqda. An'anaviy reklama usullari o'z o'rnini innovatsion marketing yondashuvlariga bo'shatib bermoqda. Innovatsion marketing strategiyalari – bu raqamli platformalar, sun'iy intellekt, ma'lumotlar tahlili va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish orqali mijozlarni jalb qilish va ularning sodiqligini oshirishga qaratilgan usullardir.

Turizm xizmatlarini targ'ib qilishda innovatsion marketing yondashuvlari an'anaviy usullardan farqli ravishda, zamonaviy texnologiyalar, raqamli vositalar va shaxsiylashtirilgan tajribaga asoslangan strategiyalarni o'z ichiga oladi. Bu yondashuvlar sayohat ixlosmandlari bilan yanada samarali muloqot qilish, brend imidjini mustahkamlash va mijozlar bazasini kengaytirish imkonini beradi.

Mijozlarning xatti-harakatlarini chuqur tahlil qilish va ularga mos takliflarni taqdim etish turizm marketingining muhim yo'nalishlaridan biridir. Sun'iy intellekt va big data texnologiyalari yordamida mijozlarning qidiruv tarixi, xarid odatlari va qiziqishlariga asoslangan individual reklamalar yaratiladi. Bu orqali sayohatchilarga ularning istaklariga mos keladigan turistik yo'nalishlar, mehmonxonalar va xizmatlar tavsiya qilinadi.

AR va VR texnologiyalari sayohatchilarga sayohat qilmasdan oldin joylar haqida realistik tasavvur hosil qilish imkonini beradi. Virtual sayohatlar, 360 darajali videolar va interaktiv xaritalar orqali mijozlar o'zlari uchun eng qiziqarli marshrutni tanlashlari mumkin. Masalan, mehmonxonalar yoki diqqatga sazovor joylarning virtual ekskursiyalari turistlarning qaror qabul qilish jarayonini osonlashtiradi.

Ijtimoiy tarmoqlar turizm xizmatlarini targ'ib qilishda eng samarali vositalardan biri hisoblanadi. Instagram, YouTube, TikTok va Facebook kabi platformalarda sayohat bloggerlarining sharhlari va videolari mijozlarning e'tiborini jalb qilishda katta rol o'ynaydi. Influencer marketing

orqali sayohat tajribalarini jonli va jozibali tarzda namoyish qilish mumkin. Sayohatchilar real tajribalarni ko'rganlarida, ularning qiziqishi oshib, ushbu yo'nalishlarga safar qilish istagi paydo bo'ladi.

Sayohat haqidagi qiziqarli va foydali kontent yaratish turistlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Blog postlari, maqolalar, infografikalar va video kontentlar sayohatchilarga kerakli ma'lumotlarni taqdim etib, ularning qiziqishini oshiradi. Masalan, "Yangi boshlanuvchilar uchun Parijga sayohat bo'yicha maslahatlar" yoki "Eng arzon va qiziqarli sayohat marshrutlari" kabi blog postlari turistlarning qaror qabul qilishiga yordam beradi.

Turizm xizmatlarini targ'ib qilishda qidiruv tizimlarida yuqori o'rinni egallash muhim ahamiyatga ega. Sayohat agentliklari va mehmonxonalar veb-saytlarini optimallashtirish, to'g'ri kalit so'zlardan foydalanish orqali organik trafikni oshirish mumkin. Google Ads, Facebook Ads va Instagram reklamalari orqali aniq maqsadli auditoriyani jalb qilish mumkin. Misol uchun, "Bali sayohati uchun arzon mehmonxonalar" so'rovi bo'yicha qidiruv qilgan foydalanuvchilarga shu mavzuga mos reklama ko'rsatilishi mumkin.

Mijozlarga tezkor xizmat ko'rsatish va ularga kerakli ma'lumotlarni taqdim etish uchun chatbotlar va ovoqli yordamchilar samarali vosita hisoblanadi. Ular turistlarga mehmonxonalar, transport va sayohat paketlari haqida tezkor ma'lumot berishi, buyurtmalarni qabul qilishi va individual maslahatlar taqdim etishi mumkin.

Sun'iy intellekt va big data asosida dinamik narxlash tizimi mijozlarning ehtiyojlariga mos narx siyosatini shakllantirish imkonini beradi. Masalan, sayohat kompaniyalari dam olish mavsumi yoki mijozlarning qiziqishlari asosida maxsus chegirmalar va takliflarni avtomatik tarzda shakllantirishi mumkin. Bu mijozlar uchun qulay bo'lib, ularning qaror qabul qilish jarayonini osonlashtiradi.

Sayohatchilarning fikr-mulohazalari va sharhlarini marketing strategiyasiga qo'shish muhim hisoblanadi. Mijozlar tomonidan yozilgan sharhlar va ularning sayohat haqidagi real tajribalari yangi mijozlarni jalb qilishda katta rol o'ynaydi. Sayohat agentliklari va mehmonxonalar o'z xizmatlari haqida mijozlarning fikrlarini o'z veb-saytlarida yoki ijtimoiy tarmoqlarda ko'rsatib borish orqali ishonchni oshirishlari mumkin.

Innovatsion marketing yondashuvlarining asosiy maqsadi turistlarga shaxsiylashtirilgan, interaktiv va qulay xizmatlarni taqdim etish orqali ularning qiziqishini oshirish va sayohat qilish qarorini osonlashtirishdir. Ushbu usullarni samarali qo'llash turizm kompaniyalariga bozorda yetakchi bo'lish va raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi.

Turizm raqamli marketing strategiyalari sayohat ixlosmandlari bilan samarali aloqani o'rnatish, ularning ehtiyojlariga mos takliflarni taqdim etish va brendni keng auditoriyaga tanitish imkonini beradi. Zamonaviy texnologiyalar va raqamli vositalardan foydalangan holda ishlab chiqilgan strategiyalar mijozlarni jalb qilish, ularning sodiqligini oshirish va savdoni ko'paytirishga xizmat qiladi.

Turistik xizmatlarning onlayn qidiruv tizimlarida yuqori o'rinlarni egallashi mijozlarni jalb qilishda muhim ahamiyatga ega. Sayohat agentliklari va mehmonxonalar o'z veb-saytlarini optimallashtirish orqali organik trafikni oshirishlari mumkin. Bularga kalit so'zlar tahlili va ulardan maqolalar, blog postlari, yo'nalishlar bo'yicha qo'llanmalar yaratishda foydalanish, meta teglar, URL tuzilmasi va tezkor yuklanadigan mobil versiyalarni optimallashtirish, "Sayohat bo'yicha maslahatlar", "Arzon mehmonxonalar" kabi mavzularda blog yuritish kabilar kiradi.

Ma'lum auditoriyani aniq belgilangan reklamalar orqali jalb qilish samarali usullardan biridir. Bularga Google Ads orqali qidiruv va banner reklamalar, ijtimoiy tarmoqlarda (Facebook, Instagram) maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan reklama kampaniyalari, retargeting (saytdan chiqib ketgan foydalanuvchilarga yana reklama ko'rsatish) kabilar kiradi.

Ijtimoiy tarmoqlar turizm marketingida eng samarali vositalardan biri bo'lib, mijozlar bilan muloqotni mustahkamlash va kontent orqali jalb qilishga imkon yaratadi. Instagram va TikTok'da jozibali vizual kontent (sayohat fotosuratlar, videolar), YouTube va blogerlar bilan hamkorlikda sayohat vloglari, Facebook guruhlar va sahifalarida mijozlar bilan doimiy aloqa,

sayohat ta'sir ko'rsatuvchilari (influencerlar) bilan hamkorlik orqali ishonchli tavsiyalarni yaratish shular sirasiga kiradi.

E-mail marketing turistik kompaniyalar uchun samarali mijozlarni ushlab qolish strategiyalaridan biridir. Bularga shaxsiylashtirilgan aksiyalar va chegirmalar, sayohat bo'yicha maslahatlar va yo'nalishlar tavsiyalari, mijozlarning avvalgi qidiruvlari yoki bronlari asosida maxsus takliflarni jo'natish kiradi. Sun'iy intellektga asoslangan chatbotlar mijozlarning tezkor savollariga javob berish va ularga xizmat ko'rsatishda muhim rol o'ynaydi. Messenger va veb-saytlar uchun 24/7 ishlaydigan chatbotlar, sayohatga oid maslahatlar berish va bron qilish xizmatlarini avtomatlashtirish, mijozlarning talablariga qarab individual javoblar shakllantirish shular sirasiga kiradi. AR va VR texnologiyalari mijozlarga sayohatga chiqishdan oldin joylarni virtual ravishda ko'rib chiqish imkonini beradi. Mehmonxonalar va sayohat agentliklari uchun 360° virtual ekskursiyalar, diqqatga sazovor joylarni oldindan ko'rib chiqish imkoniyati, sayohat oldidan turistik marshrutlarni vizual ko'rsatish mumkin.

Sun'iy intellekt va big data asosida mijozlarning xatti-harakatlarini tahlil qilib, ular uchun mos narx siyosati ishlab chiqiladi. Bularga mehmonxonalar va aviachiptalar narxlarini real vaqt rejimida o'zgartirish, mijozlarning xarid tarixi asosida maxsus chegirmalar taklif qilish, dinamik narxlash orqali talab va taklif asosida optimal narxlarni aniqlash kiradi. Mijozlarning sharhlari va fikr-mulohazalari yangi mijozlarni jalb qilish uchun muhim vositadir. TripAdvisor, Google Reviews va ijtimoiy tarmoqlardagi sharhlarni e'tiborga olish, mijozlar tomonidan yozilgan hikoyalardan foydalanib, ularni reklama va kontentda aks ettirish, video va blog maqolalar orqali mijozlarning haqiqiy sayohat tajribalarini ulashish kiradi.

Raqamli marketing strategiyalarining asosiy maqsadi sayohatchilar bilan o'zaro aloqani kuchaytirish, ularning ehtiyojlariga mos xizmatlarni taqdim etish va zamonaviy texnologiyalar yordamida turizm biznesining samaradorligini oshirishdir. Ushbu strategiyalarni to'g'ri qo'llash turistik kompaniyalarga bozorda raqobatbardosh bo'lish va mijozlar bazasini kengaytirish imkonini beradi.

Personalizatsiya va mijoz tajribasini oshirish turizm sohasida xizmatlarning sifatini yaxshilash va mijozlarni qondirish darajasini oshirishga qaratilgan muhim strategiyalardandir. Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt asosida ishlab chiqilgan personalizatsiya usullari har bir mijozga individual yondashuvni ta'minlaydi, ularning ehtiyojlari va qiziqishlariga mos keladigan xizmatlarni taklif qiladi. Bu mijozlarning sodiqligini oshirish va ularning brend bilan uzoq muddatli aloqasini mustahkamlashga yordam beradi.

Mijozlarning sayohat qilish odatlari, qidiruv tarixi, bron qilish ma'lumotlari va boshqa raqamli signallarni tahlil qilish orqali ularga mos keladigan shaxsiy xizmatlar taqdim etish mumkin. Mehmonxona va aviachipta qidiruvlaridan kelib chiqib, tegishli marshrutlarni tavsiya qilish, mijozning avvalgi bronlari va sayohat tarixi asosida unga o'ziga xos xizmatlarni taklif etish, maxsus narxlar va chegirmalarni individual mijozlarga moslashtirish shular sirasiga kiradi. Personalizatsiya qilingan marketing kampaniyalari mijozlar bilan yanada samarali aloqa o'rnatish imkonini beradi. Bularga mijozning sayohat qiziqishlariga mos ravishda maxsus aksiyalarni e-mail orqali yuborish, sayohat sanalariga yaqin vaqtda eslatmalar va chegirma takliflarini jo'natish, oldingi bron asosida yangi yo'nalishlarni tavsiya qilish kiradi. Sun'iy intellekt asosida ishlovchi chatbotlar va ovozli yordamchilar mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonini tezlashtiradi va yanada qulayroq qiladi. Chatbotlar 24/7 rejimida mijozlarga xizmat ko'rsatib, ularga savollarga javob beradi, ovozli yordamchilar orqali mehmonxonalarni bron qilish yoki sayohat rejalarini tuzish, mijozlarning so'rovlariga qarab avtomatik tavsiyalar berish mumkin.

Mijozlarga sayohat qilishdan oldin tajriba taqdim etish uchun AR va VR texnologiyalaridan foydalanish mumkin. Mehmonxonalar va sayohat yo'nalishlarining virtual ekskursiyalarini taqdim etish, diqqatga sazovor joylarni oldindan virtual ko'rish imkonini yaratish, sayohatchilarga marshrutni rejalashtirishda interaktiv vositalar taklif qilish mumkin. Mijozlarning ehtiyojlariga qarab dinamik narxlash tizimini joriy etish orqali ularga yanada qulay narxlar taklif qilish mumkin. Mavsumiy talab va mijoz xatti-harakatlariga asoslangan narxlarni

moslashtirish, sodiq mijozlar uchun maxsus chegirmalar va bonus dasturlarni yaratish, mehmonxonalar va aviachiptalar uchun shaxsiy takliflar ishlab chiqish shular sirasiga kiradi. Mijozlarning fikr-mulohazalarini tahlil qilish orqali xizmatlarni takomillashtirish va ularning qoniqish darajasini oshirish mumkin. TripAdvisor, Google Reviews va boshqa platformalarda mijoz fikrlarini doimiy tahlil qilish, sharhlar asosida xizmat sifatini yaxshilash va mijozlar bilan muloqotni kuchaytirish, fikr-mulohazalar asosida yangi xizmatlar va takliflarni ishlab chiqish mumkin.

Personalizatsiya va mijoz tajribasini oshirish turizm biznesining muvaffaqiyatini ta'minlaydigan asosiy omillardan biri hisoblanadi. Texnologiyalar yordamida mijozlarning ehtiyojlarini chuqur tushunish va ularga mos xizmatlarni taklif qilish orqali kompaniyalar raqobatbardoshligini oshirishi va mijozlarning sodiqligini mustahkamlashi mumkin.

Ekoturizm va barqaror rivojlanish marketingi atrof-muhitga zarar yetkazmasdan sayohat qilishni targ'ib qiluvchi strategiyalardan iborat. Bu yondashuv turistik faoliyatning uzoq muddatli ijobiy ta'sirini ta'minlash, mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlash va ekologik muvozanatni saqlashga qaratilgan. Raqamli marketing va innovatsion yondashuvlar yordamida ekoturizmni rivojlantirish, unga bo'lgan qiziqishni oshirish va barqaror sayohat madaniyatini shakllantirish mumkin.

Ekoturizm va barqaror rivojlanish marketingi atrof-muhitga zarar yetkazmasdan sayohat qilishni targ'ib qiluvchi strategiyalardan iborat. Bu yondashuv turistik faoliyatning uzoq muddatli ijobiy ta'sirini ta'minlash, mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlash va ekologik muvozanatni saqlashga qaratilgan. Raqamli marketing va innovatsion yondashuvlar yordamida ekoturizmni rivojlantirish, unga bo'lgan qiziqishni oshirish va barqaror sayohat madaniyatini shakllantirish mumkin.

Ekoturizmni targ'ib qilishda barqaror rivojlanish tamoyillarini tushuntirish va sayohatchilarni ekologik mas'uliyatga undash muhimdir. Atrof-muhitga minimal zarar yetkazadigan sayohat qilish ahamiyatini yoritish, mahalliy madaniyat va tabiatni hurmat qilishni rag'batlantirish, "Yashil" turizm konsepsiyasini tushuntirish va ommalashtirish kiradi. Ekoturizm haqida jamoatchilikni xabardor qilish uchun kontent marketing samarali usullardan biridir. Blog postlari va maqolalar orqali ekologik sayohat bo'yicha maslahatlar berish, ekoturizm yo'nalishlari, yashil mehmonxonalar va ekologik tadbirlar haqida videolar yaratish, ijtimoiy tarmoqlarda ekoturizmga oid qiziqarli faktlar va tavsiyalarni ulashish kiradi. Ekologik mas'uliyatga e'tibor qaratgan auditoriyani jalb qilish uchun ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalanish kerak. Instagram va TikTok'da ekoturizm manzillari, tabiiy go'zalliklarni aks ettiruvchi vizual kontent joylash, "#SustainableTravel" va "#EcoTourism" kabi xeshteglar orqali auditoriyani jalb qilish, mashhur ekolog-bloggerlar va ta'sirchan shaxslar (influencerlar) bilan hamkorlik qilish mumkin.

Barqaror sayohatni rag'batlantirish uchun ekologik mas'uliyatli mijozlarni mukofotlash tizimini joriy etish mumkin. Ekologik toza transport vositalaridan foydalangan yoki mahalliy mahsulotlardan xarid qilgan sayohatchilarga chegirmalar taqdim etish, ko'proq barqaror turistik xizmatlardan foydalangan sayyohlarga bonuslar berish, "Ekologik iz qoldirmaydigan sayohat" dasturlarini ishlab chiqish kiradi. Ekoturizmni rivojlantirishda mahalliy aholi bilan hamkorlik muhim rol o'ynaydi. Mahalliy bizneslar va ekologik tashabbuslar bilan hamkorlikda maxsus turistik xizmatlar yaratish, hududiy qo'riqxonalar va tabiiy bog'lar bilan ekologik tadbirlar tashkil qilish, mahalliy aholi tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni targ'ib qilish va savdoni qo'llab-quvvatlash shular sirasiga kiradi.

Turistik kompaniyalar va mehmonxonalar ekologik sertifikatlariga ega bo'lish orqali mijozlar ishonchini oshirishi mumkin. Barqaror turizm sertifikatlarini olish va ularni reklama materiallarida ta'kidlash, sayyohlik xizmatlarining ekologik standartlarga javob berishini ko'rsatish, sayohatchilarni ekologik mas'uliyatli tanlov qilishga undash kiradi. Sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalar yordamida ekologik sayohatni qulayroq qilish mumkin. Ekoturizm yo'nalishlarini taqdim etuvchi mobil ilovalarni ishlab chiqish, turistlar uchun ekologik tavsiyalar va yashil manzillar bo'yicha interaktiv xaritalar yaratish, Ekologik muhofaza tadbirlariga

sayohatchilarni jalb qiluvchi gamifikatsiya (o'yinlashtirish) usullarini qo'llash shular sirasiga kiradi.

Ekoturizm va barqaror rivojlanish marketingi sayohatchilarni ekologik mas'uliyatga undash, mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlash va turizmning uzoq muddatli barqarorligini ta'minlashga xizmat qiladi. Raqamli marketing strategiyalaridan foydalanish orqali ekoturizmni ommalashtirish va unga bo'lgan talabni oshirish mumkin.

Innovatsion reklama va PR strategiyalari turizm sohasida brend imidjini shakllantirish, auditoriyani jalb qilish va raqobatchilardan ajralib turish uchun samarali vosita hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar va kreativ yondashuvlar yordamida marketing kampaniyalarini yanada ta'sirchan qilish va mijozlarning e'tiborini jalb etish mumkin.

Zamonaviy texnologiyalar reklama mazmunini yanada qiziqarli va esda qolarli qilish imkonini beradi. **AR (Augmented Reality) va VR (Virtual Reality) reklamalar** – sayyohlar uchun virtual turlar yaratish, mehmonxona yoki diqqatga sazovor joylarni oldindan tajriba qilish imkonini berish, **360 darajali videolar** – ijtimoiy tarmoqlarda sayohat manzillarini realistik tasvirlash orqali mijozlarni jalb qilish, **Interaktiv bannerlar va veb-sayt reklamalar** – foydalanuvchilar reklama bilan bevosita o'zaro aloqaga kirishishi mumkin bo'lgan formatlarni joriy etish sular sirasiga kiradi. AI va Big Data texnologiyalari yordamida foydalanuvchilarning qiziqishlariga moslashtirilgan individual reklamalarni targ'ib qilish mumkin. **Programmatik reklama** – mijozlarning internetda qoldirgan izlari asosida avtomatik tarzda mos reklama ko'rsatish, **shaxsiylashtirilgan e-mail marketing** – foydalanuvchilarning sayohat qilish odatlariga asoslangan tavsiyalar va chegirmalarni yuborish, **Dinamik retargeting reklamalar** – sayyohlarning ilgari qidirdigan yo'nalishlari yoki mehmonxonalari asosida ularga takliflar berish muhim.

Ijtimoiy tarmoqlar reklama va PR uchun eng samarali vositalardan biri bo'lib, innovatsion strategiyalar brendni yanada mashhur qiladi. **Hashtag challenge'lar va viral kampaniyalar** – foydalanuvchilarni sayohat suratlari va videolarini maxsus xeshteglar bilan ulashishga undash, **Influencer marketing** – sayohat blogerlari va mashhur shaxslar bilan hamkorlik qilish orqali brend auditoriyasini kengaytirish, **jonli efir va vloglar** – sayyohlik joylari, festivallar yoki mehmonxonalardan real vaqt rejimida jonli translyatsiyalar olib boorish kerak. Reklamani yanada jozibador qilish uchun o'yin elementlarini qo'shish mijozlarni faol jalb qilishga yordam beradi. **Mijozlar uchun mukofot dasturlari va viktorinalar** – sayohat sovg'alarini yutib olish imkoniyatini beruvchi o'yinlar, **Sayohat tajribasiga asoslangan interaktiv testlar** – foydalanuvchilarga o'z orzu qilingan sayohat manzilini topishga yordam beruvchi o'yinli kontent, **Virtual sayohat orqali chegirmalar** – VR yoki AR texnologiyalari orqali sayohat qilishga imkon beruvchi o'yin shaklidagi reklama shular sirasiga kiradi.

Hozirgi kunda iste'molchilar brendning ekologik va ijtimoiy mas'uliyatini inobatga oladi, shuning uchun barqarorlik tamoyillariga asoslangan reklama strategiyalari samarali ishlaydi. **Ekologik kampaniyalar** – "yashil" sayohatni targ'ib qilish va uglerod izini kamaytirishga qaratilgan loyihalar, **mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlash** – turistik yo'nalishlarda mahalliy tadbirkorlarni rivojlantirish bo'yicha PR tashabbuslar, **xayriya aksiyalari va ijtimoiy loyihalar** – ekologik loyihalarni moliyalashtirish orqali brendning ijobiy imidjini oshirish mumkin. Innovatsion texnologiyalar orqali mijozlarga maqsadli va samarali reklama ko'rsatish mumkin. **Chatbotlar va ovoqli yordamchilar** – mijozlarning so'rovlariga javob berish va ularga mos xizmatlarni tavsiya qilish, **AI asosida avtomatlashtirilgan matbuot xabarlar** – media uchun tayyorlangan interaktiv va moslashtirilgan press-revizlar, **shaxsiylashtirilgan ovoqli reklamalar** – smart karnaylar yoki audio xizmatlar orqali individual reklamalar yaratish shular sirasiga kiradi.

Innovatsion reklama va PR strategiyalari turistik brendlarni ilgari surishda katta ahamiyat kasb etadi. Sun'iy intellekt, immersiv texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlarning imkoniyatlaridan samarali foydalanish orqali kompaniyalar o'z auditoriyasini kengaytirishi, mijozlarni jalb qilishi va barqaror brend imidjini shakllantirishi mumkin.

Xulosa: Zamonaviy raqobat sharoitida turizm xizmatlarini samarali targ'ib qilish uchun innovatsion marketing strategiyalaridan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli texnologiyalar, kontent marketing, neyromarketing hamda sun'iy intellektga asoslangan targ'ibot usullari turistlarning qiziqishini oshirish va ularning xatti-harakatlarini boshqarishda samarali vosita bo'lib xizmat qiladi.

Xorijiy tajribalar shuni tasdiqlaydiki, personalizatsiyalangan reklama kampaniyalari, ijtimoiy tarmoqlardagi interaktiv targ'ibot va ma'lumotlarga asoslangan marketing yondashuvlari brend imidjini mustahkamlashda muhim rol o'ynaydi. Shu boisdan, turizm kompaniyalari zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalangan holda, mijozlarga yo'naltirilgan va innovatsion strategiyalarni ishlab chiqishi lozim. Bu esa, nafaqat turizm xizmatlariga bo'lgan talabni oshirish, balki sohaning barqaror rivojlanishiga ham xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Xasanov, A., & Jo'rayev, S. (2022). *Raqamli iqtisodiyot va uning turizm sohasidagi o'rni*. Toshkent: Iqtisodiyot va innovatsiyalar nashriyoti.
2. Ismoilov, U. (2021). *Turizm marketingi va menejmenti*. Toshkent: O'zbekiston Milliy universiteti nashriyoti.
3. Tursunov, U. (2020). *O'zbekistonda innovatsion turizm va uning rivojlanish istiqbollari*. Toshkent: Iqtisodiyot va biznes.
4. O'zbekiston Respublikasi Turizm va Madaniy meros vazirligi (2023). *O'zbekistonda turizm xizmatlarini raqamli transformatsiya qilish bo'yicha strategik reja*. Toshkent.
5. Karimov, D. (2019). *Ijtimoiy tarmoqlar va turizm: Internet marketingning zamonaviy tendensiyalari*. Samarqand: Samarqand iqtisodiyot va servis instituti.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-4861-son qarori (2020). *O'zbekistonda turizm industriasini rivojlantirish strategiyasi*.
7. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi (2023). *O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish tendensiyalari va statistik tahlil*. Toshkent.
8. Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson.
9. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
10. Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Big data analytics in tourism: Challenges and opportunities. *Tourism Management*, 68, 287-290.

SMART TURIZM: RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR YORDAMIDA BARQAROR SAYOHATNI RIVOJLANTIRISH.

Rahmonova Nilufarxon

Qo'qon universiteti

Xalqaro turizm va iqtisodiyot kafedrasi o'qituvchisi

nilufar.9121@gmail.com

Xo'jayeva Mohizoda Fahriddin qizi

Qo'qon universiteti turizm yo'nalishi talabasi

mohizodaxujayeva@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqola raqamli texnologiyalarning aqlli va barqaror turizmni rivojlantirishdagi salohiyatini o'rganadi. Unda zamonaviy muammolarni hal qilish uchun turizm sohasida innovatsion yechimlarga ehtiyoj borligi ta'kidlanadi. Tadqiqot muammoning dolzarbligi va tadqiqot maqsadlarini qisqacha bayon qiladi. Ushbu maqolada yangi texnologiyalarning turizm biznes yo'nalishidagi rivojlanishga qo'shgan hissasini yoritadi va kerakli tushunchalarni yetkazadi.