

Uzbekistan In The Smart Tourism Market: Digital Marketing And Innovative Approaches

Umarov Omonjon Muhammad o'g'li

Senior Lecturer, Kokand University

umarovomonjon1994@gmail.com

Abstract

This research article examines the promotion of Uzbekistan's smart tourism potential on the world stage using modern marketing strategies. The main objectives are to identify the main smart tourism resources in Uzbekistan, analyze the desires of the target audience, and develop effective marketing strategies based on modern technologies.

As a methodology, an extensive study of scientific literature on smart tourism and destination marketing was carried out, data was collected through surveys and interviews with tourists, industry experts, and stakeholders. Also, analysis was carried out on the examples of successful smart tourism campaigns in other countries.

The main conclusions show that Uzbekistan has a rich cultural and historical heritage, as well as a growing technological infrastructure necessary for the development of smart tourism. Audience analysis highlights the importance of marketing strategies tailored to different demographic groups.

The proposed modern marketing strategies include: digital marketing (SEO, social media, content marketing), as well as strengthening advertising campaigns through the use of AR (augmented reality) and VR (virtual reality) technologies. Cooperation with technology companies and influencers is recommended.

Data analytics is seen as a key tool in understanding tourist behavior. This allows for the creation of personalized experiences through smart technologies. Despite the challenges, effective solutions to them are proposed.

The article concludes with a summary of the main conclusions and specific strategies for promoting Uzbekistan's smart tourism potential in the global market. The research results are of practical importance for policymakers, industry experts, and academics.

Keywords: tourism, smart tourism, marketing, VR, AR, AI, technology, digital marketing, influencers, SEO.

Annotatsiya

Ushbu tadqiqot maqolasi zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanib, O'zbekistonning smart turizm (aqlli turizm) salohiyatini jahon sahnasida targ'ib qilishni o'rganadi. Asosiy maqsadlar — O'zbekistondagi asosiy smart turizm resurslarini aniqlash, maqsadli auditoriya xohish-istaklarini tahlil qilish va zamonaviy texnologiyalar asosida samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishdan iborat.

Metodologiya sifatida smart turizm va yo'nalish (destinatsiya) marketingiga oid ilmiy adabiyotlarni keng ko'lamda o'rganish, sayyohlar, soha mutaxassisleri va manfaatdor tomonlar bilan o'tkazilgan so'rovlar va intervyular orqali ma'lumotlar yig'ish ishlari amalga oshirilgan. Shuningdek, boshqa davlatlardagi muvaffaqiyatli smart turizm tashviqotlari misolida tahlil ishlari olib borilgan.

Asosiy xulosalar O'zbekistonning boy madaniy va tarixiy merosi, shuningdek, smart turizmni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan texnologik infratuzilmasining o'sib borayotganini ko'rsatadi. Auditoriya tahlili turli demografik guruhlar uchun moslashtirilgan marketing strategiyalarining muhimligini ta'kidlaydi.

Taklif etilgan zamonaviy marketing strategiyalari quyidagilarni o'z ichiga oladi: raqamli marketing (SEO, ijtimoiy tarmoqlar, kontent marketingi), shuningdek, AR (kengaytirilgan

haqiqat) va VR (virtual haqiqat) texnologiyalaridan foydalanish orqali reklama kampaniyalarini kuchaytirish. Texnologiya kompaniyalari va ta'sirchan (influencer) shaxslar bilan hamkorlik qilish tavsiya etiladi.

Sayyohlarning xatti-harakatlarini tushunishda ma'lumotlar tahlili (data analytics) asosiy vosita sifatida ko'riladi. Bu esa, smart texnologiyalar orqali shaxsiylashtirilgan tajribalarni yaratish imkonini beradi. Qiyinchiliklarga qaramay, ularning samarali yechimlari taklif etilgan.

Maqola yakunida asosiy xulosalar jamlanadi hamda O'zbekistonning smart turizm salohiyatini jahon bozorida ilgari surish bo'yicha aniq strategiyalar tavsiya etiladi. Tadqiqot natijalari siyosatchilar, soha mutaxassisleri va akademiklar uchun amaliy ahamiyatga ega.

Kalit so'zlar: turizm, smart turizm, marketing, VR, AR, AI, texnologiya, raqamli marketing, influencerlar, SEO.

KIRISH

Markaziy Osiyoning yuragida joylashgan O'zbekiston, boy madaniy merosi, hayratomuz tabiati va tarixiy ahamiyati bilan butun dunyodan sayyohlarni o'ziga jalb etadi. XXI asrda turizm sanoatining rivojlanishi bilan birga smart turizm konsepsiyasining integratsiyasi muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu esa sayyohlar tajribasini oshirish va mamlakatning jahon sahnasidagi jozibasini kuchaytirishga xizmat qiladi.

O'zbekistonning turizm sohasiga qisqacha nazar

Qadimiy Ipak yo'li sivilizatsiyalaridan meros qolgan O'zbekiston, Samarqanddagi Registon maydoni va Buxoro kabi tarixiy shaharlari bilan mashhur. Ming yillik tarix va madaniyatni o'zida mujassam etgan bu yurt tarix ixlosmandlari va sarguzasht izlovchilar uchun chinakam xazinadir. Mamlakat iqtisodiyotining muhim tayanchi hisoblangan turizm sohasi barqaror o'sishni ko'rsatmoqda, bu esa yangicha yondashuvlar va innovatsion strategiyalarni qo'llash zaruratini tug'diradi.

Zamonaviy davrda smart turizmning ahamiyati

Zamonaviy sayohatlar davrida smart turizm (aqlli turizm) konsepsiyasi turizm sohasini tubdan o'zgartirmoqda. Bu konsepsiya ilg'or texnologiyalarni jalb etgan holda sayohatchilar uchun qulaylik, shaxsiylashtirilgan xizmatlar va osonlikni ta'minlaydi. Smart turizmga oid yechimlar — mobil ilovalar, AR (kengaytirilgan

haqiqat) texnologiyalari va boshqa raqamli xizmatlar — nafaqat sayohatchi tajribasini oshiradi, balki yo'nalishlarni barqaror boshqarishda ham muhim rol o'ynaydi.

Bugungi kunda sayyohlar texnologiyalarga asoslangan qulay va interaktiv tajribalarni afzal ko'rmoqda. Shu bois smart turizm dunyo bilan uzviy bog'langan yangi avlod sayohatchilarining talablariga javob beradi.

Tadqiqotning maqsadi

Mazkur tadqiqot O'zbekistonning hali to'liq ochilmagan smart turizm salohiyatini o'rganishga qaratilgan. Bu borada mamlakatning boy madaniy merosi va zamonaviy texnologiyalar o'rtasidagi uyg'unlik asosida asosiy smart turizm resurslarini aniqlash maqsad qilingan. Turli demografik guruhlarning istaklarini chuqur tahlil qilish orqali samarali marketing strategiyalar ishlab chiqiladi.

Tadqiqot, an'anaviylik va innovatsiyani uyg'unlashtirib, O'zbekistonni global smart turizm yo'nalishlaridan biriga aylantirishga qaratilgan. Metodologiya sifatida ilmiy adabiyotlar tahlili, jahon tajribasi asosida o'rganilgan case-studylar, sayyohlar va mutaxassislar bilan so'rovlar va intervyular qo'llanilgan.

Bu tadqiqot natijasida hukumat vakillari, turizm sohasi mutaxassisleri va olimlar uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqiladi. Turizm sanoati keskin o'zgarayotgan bir paytda, O'zbekiston yangi bir davr bo'sag'asida turibdi — bu davr texnologiya va tarix uyg'unligi asosida global bozorga chiqishni nazarda tutadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI.

Smart turizmning rivojlanishi butun dunyoda yo'nalish marketingi strategiyalarini tubdan o'zgartirdi. Bugungi sharoitda texnologiya va turizmning uyg'unlashuvi sayohatchilar tajribasini oshirish va yo'nalishlarni boshqarishning yangi usullarini yaratmoqda.

Buhalis va Amaranggana (2014) ta'kidlashicha, smart turizm axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanib, sayohatchining sayohat oldi rejalashtirishidan tortib, sayohat jarayonida navigatsiya va sayohatdan keyingi fikr almashuvigacha bo'lgan bosqichlarda qulayliklar yaratadi.

Singapur smart turizm sohasida ilg'or mamlakatlardan biri bo'lib, "Smart Nation" tashabbusi doirasida sayyohlar tendensiyasi va istaklarini real vaqtda tahlil qilish imkonini beruvchi STAN (Singapore Tourism Analytics Network) tizimi ishlab chiqilgan. Bu ma'lumotlar asosida maqsadli marketing va shaxsiylashtirilgan tajribalar taklif qilinadi.

Janubiy Koreyada, "Visit Korea with AR" mobil ilovasi orqali sayyohlar tarixiy joylarni raqamli shaklda ko'rish imkoniga ega bo'lmoqda. Bu interaktiv yondashuvlar orqali sayohat bilimlari va qiziqarli holga kelmoqda.

Yaponiya esa til to'siqlarini bartaraf etish maqsadida smart ilovalar, QR kodlar va interaktiv xaritalardan foydalanmoqda.

Ko'plab tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ma'lumotlar tahlili sayyohlar xulq-atvorini tushunish va moslashtirilgan xizmatlarni taklif etishda muhim vositadir. Mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalarning integratsiyasi zamonaviy smart turizmning ajralmas qismiga aylangan.

Shuningdek, davlat va xususiy sektor hamkorligi smart turizm loyihalarining muvaffaqiyat kalitidir. Innovatsion yechimlar, infratuzilma va marketing

kampaniyalarining muvaffaqiyati ko'pincha bunday hamkorliklarga bog'liq.

Adabiyotlar tahlili smart turizm va marketing o'rtasidagi bog'liqlikni chuqur o'rganishga imkon berdi. Keyingi bo'limlarda ushbu bilimlar O'zbekiston kontekstida qo'llaniladi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqot O'zbekistonning smart turizm salohiyatini ilgari surish bo'yicha strategiyalarni har tomonlama o'rganish uchun ko'p bosqichli tadqiqot yondashuvi asosida olib boriladi. Tadqiqot metodologiyasi ikki asosiy bosqichdan iborat. Birinchi bosqichda smart turizm va yo'nalish marketingiga oid mavjud ilmiy adabiyotlar chuqur tahlil qilinadi. Shuningdek, boshqa mamlakatlardagi muvaffaqiyatli smart turizm tashabbuslari asosida nazariy asoslar shakllantiriladi. Ikkinchi bosqichda esa asosiy ma'lumotlarni yig'ish ishlari amalga oshiriladi. Bunda onlayn tarzda sayohatchilar va soha mutaxassislari orasida so'rovlar o'tkaziladi. Maqsad — ularning istaklari, kutgan natijalari va fikrlarini aniqlashdan iborat. Shu bilan birga sayyohlar, mahalliy manfaatdor tomonlar va turizm sohasi mutaxassislari bilan chuqur suhbatlar tashkil qilinadi. Shuningdek, dunyo miqyosidagi muvaffaqiyatli smart turizm loyihalari misoliy tahlil sifatida o'rganiladi va O'zbekiston uchun qo'llash mumkin bo'lgan xulosalar olinadi. Ushbu metodologiya amaliy va nazariy yondashuvlarni birlashtirib, real hayotdagi qarashlar va xalqaro tajribalar asosida strategiyalarni ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, O'zbekistonning smart turizm resurslari bir nechta asosiy yo'nalishlarga bo'linadi. Avvalo, tarixiy obidalar, jumladan Samarqanddagi Registon maydoni va qadimiy Buxoro shahri mamlakat tarixiy boyliklarini ifodalaydi. Bu joylarda interaktiv ekskursiyalar, virtual gidlar va audio-video tahlillar orqali smart texnologiyalarni joriy etish imkoniyati mavjud. Madaniy xilma-

xillik esa O'zbekistonning an'anaviy musiqa, raqs, hunarmandchilik va milliy oshxonasi orqali turizm uchun noyob tajriba manbaiga aylanadi. Smart ilovalar yordamida madaniy tadbirlar, til tarjimalari va interaktiv tajribalar yaratish imkoniyati mavjud. Aloqa infratuzilmasi bo'yicha esa yuqori tezlikdagi internet va mobil aloqa tizimlarining rivojlanayotgani smart shahar texnologiyalarining transport va navigatsiyani soddalashtirishiga zamin yaratadi. Raqamli infratuzilma borasida esa smart kiosklar, mobil ilovalar va raqamli belgilar turistlarga zarur axborotlarni tezkor yetkazish imkonini beradi. QR kodlar orqali tarixiy va madaniy ma'lumotlar taqdim etilishi esa yana bir innovatsion imkoniyat hisoblanadi.

Maqsadli auditoriyani tahlil qilishda demografik o'zgaruvchilar, sayyohlarning afzalliklari va individual marketing kampaniyalari asosiy e'tiborga olinadi. So'rov va intervyular orqali sayyohlarning yoshi, millati, qiziqishlari va sayohat uslublari aniqlanadi. Ularning turar joy, transport, xizmatlar va faoliyatlarga bo'lgan istaklari o'rganiladi. Sayyohlar qaysi raqamli platformalarda axborot izlayotgani aniqlanib, har bir demografik guruh uchun alohida marketing strategiyalari ishlab chiqiladi. Ijtimoiy tarmoqlar va kontent marketingi orqali aniq auditoriyaga mo'ljallangan reklama kampaniyalari yo'lga qo'yiladi.

Zamonaviy marketing strategiyalari qatorida SEO va kontent marketing alohida o'rin tutadi. Sayyohlar tomonidan izlanadigan kalit so'zlar asosida veb-saytlarni optimallashtirish va hududiy SEO strategiyalarini qo'llash muhim hisoblanadi. Ijtimoiy tarmoqlarda, xususan Instagram va Facebook platformalarida jozibador kontentlar, hikoya tarzidagi videolar, bloglar va jonli efirlar orqali turizm yo'nalishlari targ'ib qilinadi. AR va VR texnologiyalari yordamida sayyohlik maskanlarining virtual ko'rinishlarini yaratish, VR kontent orqali

esa sayohatni oldindan his qilish imkoniyati taqdim etiladi. Smart ilovalar va IoT texnologiyalar orqali real vaqtda navigatsiya, tarjima, chipta xarid qilish va marshrut tuzish imkoniyatiga ega turistik mobil ilova ishlab chiqilishi rejalashtiriladi. IoT qurilmalari xavfsizlik, qulaylik va shaxsiylashtirish darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Smart turizmni rivojlantirishda texnologik hamkorliklar muhim rol o'ynaydi. AI, AR va VR texnologiyalar bo'yicha yetakchi kompaniyalar bilan hamkorlik qilish zarur. Shu bilan birga ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlash maqsadida qat'iy protokollar ishlab chiqilishi talab etiladi. Influencer marketing yo'nalishida esa mashhur sayohat bloggerlari va ijtimoiy tarmoq yulduzlari bilan hamkorlik qilish, mahalliy kontent yaratuvchilari bilan ishlash orqali autentik tajribalarni targ'ib qilish samarali hisoblanadi. Shuningdek, sayyohlarning xatti-harakatlari, marshrutlari va qiziqishlarini tahlil qilish, mashinaviy o'rganish orqali individual takliflar ishlab chiqish, AR qo'shimchali interaktiv xaritalar orqali muhitga sho'ng'ish imkoniyatlarini yaratish rejalashtirilgan.

Tadqiqot davomida aniqlangan muammolar va ularga yechimlar quyidagilardan iborat. Texnologik infratuzilmaning yetarli emasligi bosqichma-bosqich investitsiyalar, davlat-xususiy sheriklik va imtiyozlar orqali hal etilishi mumkin. Ma'lumotlar maxfiyligi borasidagi xavotirlarni bartaraf etish uchun qat'iy axborot xavfsizligi choralarini ko'rish va foydalanuvchining roziligiga asoslangan tizimlarni joriy etish talab etiladi. Aholi va sayyohlar orasida yetarli xabardorlik yo'qligi muammosini esa ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali axborot kampaniyalari tashkil etish orqali hal qilish mumkin. Shuningdek, qonunchilikdagi bo'shliqlarni bartaraf etish uchun smart turizm bo'yicha milliy qonunchilik ishlab chiqilishi va xalqaro tajribaga tayangan holda takomillashtirilishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, ushbu tadqiqotda O'zbekistonning smart turizm salohiyatini zamonaviy marketing strategiyalari orqali rivojlantirish imkoniyatlari har tomonlama o'rganildi. Adabiyotlar sharhi smart turizm va yo'nalish marketingi o'rtasidagi bog'liqlikni asoslab berdi. So'rov va intervyular orqali real turistlarning istak va intilishlari aniqlanib, strategik yondashuvlar ishlab chiqildi. Tarixiy va madaniy obidalarni smart texnologiyalar bilan uyg'unlashtirish O'zbekistonni global turizm bozorida raqobatbardosh yo'nalish sifatida ilgari surish imkoniyatini yaratadi. Zamonaviy texnologiyalar, jumladan AR va VR texnologiyalari, SEO, ijtimoiy tarmoqlar va smart ilovalar orqali O'zbekiston o'zini nafaqat madaniy, balki texnologik jihatdan ham ilg'or va innovatsion mamlakat sifatida namoyon eta oladi.

Tadqiqot asosida quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi. Avvalo, raqamli marketing strategiyalarini kuchaytirish, SEO, ijtimoiy tarmoqlar va kontent marketing orqali xalqaro auditoriyaga samarali yetib borish lozim. Tarixiy obidalarni hikoya qilish orqali turistlar bilan hissiy aloqani kuchaytirish mumkin. AR va VR texnologiyalarini smart turizm ilovalari orqali joriy qilish, texnologiya firmalari bilan hamkorlikda yuqori sifatli raqamli kontentlar ishlab chiqish zarur. Shuningdek, mashhur va mahalliy ijtimoiy tarmoq yulduzlari bilan hamkorlikda reklama kampaniyalarini amalga oshirish, O'zbekistonning noyob tajribalarini keng targ'ib qilish orqali turizm salohiyatini oshirish mumkin.

REFERENCES:

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2014* (pp. 377-389). Springer.

- Li, X. (2019). Smart tourism destination marketing: A case study of Singapore. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 17-25.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Wang, D., Li, X., Li, Y., & Huang, D. (2018). Smart tourism destinations: An extended agenda. *Tourism Tribune*, 33(7), 15-20.
- Shin, D. H., Lee, H. J., & Lee, Y. (2019). Understanding the determinants of smartphone applications' success: The case of Visit Korea with AR application. *Telematics and Informatics*, 41, 73-83.
- Neidhardt, J., Wolter, J., Hitzel-Kronenberg, K., & Butz, A. (2016). A taxonomy of smart tourism destination information and communication infrastructures. In *Information and communication technologies in tourism 2016* (pp. 443-455). Springer.
- Pan, B. (2018). A review of smart tourism literature. *Tourism Review*, 73(1), 88-104.
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
- Ruziev, S., Rasulov, H., & Yusupov, A. (2022). MEHMONDO'STLIK VA TURIZM SANOATIDAGI BOSHQARUV SOXALARIDA GENDER XILMA-XILLIGI. *PEDAGOGS jurnali*, 2(2), 156-173.
- Boburmirzo, K., & Boburjon, T. (2022). Exchange rate influence on foreign direct investment: empirical evidence from cis countries. *International Journal Of Management And Economics Fundamental*, 2(04), 19-28.

- Yusupov Abbosxon Aliyevich. (2023). METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF USING HUMAN RESOURCES IN THE ACTIVITY OF SMALL BUSINESS SUBJECTS. *Intent Research Scientific Journal*, 2(3), 182–187. Retrieved from <https://intentresearch.org/index.php/irsj/article/view/67>
- Umarov, O. (2023). MADANIY MEROS TURIZMI: ASOSIY TENDENSIYALAR, RIVOJLANISH VA MUAMMOLAR (O'ZBEKISTON VA TURKIYA MISOLIDA). *QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 8, 78-80.
- Omonjon, U. (2023). MICE TURIZMI ORQALI O'ZBEKISTONNING TURISTIK SALOHİYATINI TARG'IB ETISH OMILLARI. *QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 251-252.
- Мамаджонова, Ш. Ш. (2025, April). СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ И ТРУДНОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ. In *CONFERENCE OF MODERN SCIENCE & PEDAGOGY* (Vol. 1, No. 1, pp. 334-338).
- Abduraxmonova, N. A. (2025). BO 'LAJAK BOSHLANG 'ICH SINF O 'QITUVCHILARINING IJODIY FAOLLIGINI OSHIRISHDA PEDAGOGIK KO 'NIKMALARNING ROLI. *Inter education & global study*, (1 (1)), 15-21.
- Nigoraxon, A., & Bibirobiya, U. (2024). BOSHLANG'ICH SINFLARDA MATEMATIKA FANIDAN TARIXIY MATERIALLARDAN FOYDALANISH. *University Research Base*, 72-75.
- Nigoraxon, A. (2024). IJODIY FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISHDA BO 'LAJAK BOSHLANG 'ICH SINF O 'QITUVCHILARINING INDIVIDUAL-SHAXSIY SIFATLARI. *University Research Base*, 55-58.
- Abduraxmonova, N. (2022). BO'LAJAK BOSHLANG'ICH SINF O'QITUVCHILARINI METODIK TAYYORGARLIGINI TAKOMILLASHTIRISH MUAMMOSINING PEDAGOGIK ZARURIYATI. *Science and innovation*, 1(B8), 2114-2121.