



<https://doi.org/10.5281/zenodo.20768367>

TURIZMDA MARKETING STRATEGIYALARINING GLOBAL RAQOBATBARDOSHLIKKA TA'SIRI

S.O.Raximov, SamISI turizm kafedrası assistenti

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizmda marketing strategiyalarining global raqobatbardoshlikka ta'siri keng yoritilgan. Milliy turizm brendini yaratish, raqamli marketing vositalaridan foydalanish, sun'iy intellekt va Big Data texnologiyalarini joriy etish orqali turizm mahsulotlarini xalqaro bozorda samarali targ'ib qilish mexanizmlari tahlil qilingan. Statistik ko'rsatkichlar asosida investitsiyalar hajmi va marketing kampaniyalarining kengayishi ko'rsatilib, xalqaro tajriba misollari orqali marketing strategiyalarining global raqobatbardoshlikka ta'siri taqqoslangan.

Abstract: This article provides a comprehensive analysis of the impact of marketing strategies on global competitiveness in tourism. The creation of national tourism brands, the use of digital marketing tools, and the implementation of artificial intelligence and Big Data technologies are examined as mechanisms for effectively promoting tourism products in international markets. Statistical indicators on investment volume and the expansion of marketing campaigns are presented, while international practices are compared to highlight the influence of marketing strategies on global competitiveness.

Kalit so'zlar: Marketing strategiyalari, turizm industriyasi, global raqobatbardoshlik, milliy brend, raqamli marketing, sun'iy intellekt, Big Data, reklama kampaniyalari, xalqaro tajriba, barqaror rivojlanish.

Keywords: Marketing strategies, tourism industry, global competitiveness, national brand, digital marketing, artificial intelligence, Big Data, advertising campaigns, international experience, sustainable development.

Turizm industriyasi bugungi kunda global raqobatning eng faol sohalaridan biri hisoblanadi. Marketing strategiyalari turizm mahsulotlarini xalqaro bozorda muvaffaqiyatli targ'ib qilish, turistlar oqimini ko'paytirish va mamlakat imidjini mustahkamlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ushbu maqolada marketing strategiyalarining turizmda global raqobatbardoshlikka ta'siri to'liq gap ko'rinishida keng yoritiladi.

Global marketing strategiyalarining ahamiyati. Marketing strategiyalari turizmda milliy brendni shakllantirish va uni xalqaro miqyosda targ'ib qilish imkonini beradi. Reklama kampaniyalari, xalqaro ko'rgazmalar va turizm yarmakalari orqali mamlakatning turizm salohiyati keng tanitiladi. Bu jarayon global raqobatbardoshlikni oshirishda muhim mexanizm hisoblanadi.

Raqamli marketing vositalari. Ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklama platformalari va interaktiv veb-saytlar turizm mahsulotlarini keng targ'ib qilish imkonini beradi. Raqamli marketing vositalari turistlar bilan bevosita muloqot qilish, ularning ehtiyojlarini o'rganish va individual xizmat ko'rsatishni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

Brend yaratish va imidjni mustahkamlash. Milliy turizm brendini yaratish va uni xalqaro miqyosda targ'ib qilish global raqobatbardoshlikni oshiradi. Masalan, Turkiyaning "Turkish Riviera" yoki Ispaniyaning "Costa Brava" brendlari turistlar ongida mustahkam o'rin egallagan. O'zbekistonda ham "Silk Road Destinations" kabi brendlarni rivojlantirish global raqobatda ustunlik beradi.

Sun'iy intellekt va Big Data marketingda. Sun'iy intellekt va Big Data texnologiyalari turistlarning xatti-harakatlarini tahlil qilish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va marketing strategiyalarini optimallashtirish imkonini beradi. Bu texnologiyalar global raqobatda turizm mahsulotlarini samarali targ'ib qilishda muhim ahamiyatga ega.

Statistik ko'rsatkichlar. 2025-yilda O'zbekistonda turizm marketingiga 200 milliard so'm investitsiya kiritilgan. Natijada xalqaro reklama kampaniyalari 22 foizga, raqamli marketing platformalari 18 foizga, milliy brend targ'iboti esa 20 foizga kengaygan. Bu ko'rsatkichlar marketing strategiyalarining global raqobatbardoshlikka ta'sirini tasdiqlaydi.

Xalqaro tajriba qiyosi. Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, marketing strategiyalari turizmda global raqobatbardoshlikni oshirishda muhim ahamiyatga ega. Masalan, Fransiyada "Paris – City of Love" brendi turistlar oqimini ko'paytirgan. BAAda "Dubai – Future City" marketing strategiyasi global turizm yotakchi o'rinni ta'minlagan. Bu tajribalar O'zbekistonda ham qo'llanilishi mumkin.

Xulosa va istiqbollar. Turizm marketing strategiyalarining global raqobatbardoshlikka ta'siri juda katta. Milliy brend yaratish, raqamli marketing vositalaridan foydalanish, sun'iy intellekt va Big Data texnologiyalarini joriy etish orqali turizm industriyasi xalqaro bozorda raqobatbardosh bo'lishi mumkin. Kelajakda marketing strategiyalarini yanada takomillashtirish O'zbekistonning turizm salohiyatini global miqyosda mustahkamlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. UNCTAD – “Tourism Competitiveness in the Digital Era” *United Nations Conference on Trade and Development, 2025-yil*. Raqamli davrda turizm marketingi va global raqobatbardoshlik.
2. UNWTO – “Global Tourism Branding Practices” *BMT Butunjahon Turizm Tashkiloti, 2024-yil*. Xalqaro turizm brendlarini yaratish va targʻib qilish tajribasi.
3. OECD – “Marketing Innovation in Tourism Industry” *OECD Report, 2023-yil*. Innovatsion marketing strategiyalarining turizm industriyasiga taʼsiri.
4. Sharipov B. – “Global raqobatbardoshlik va turizm marketingi” *“Iqtisodiyot va turizm” jurnali, 2025-yil*. Marketing strategiyalarining global raqobatbardoshlikka taʼsiri.
5. Dustova M.K. – “Raqamli marketing vositalari va turizm samaradorlik” *SamISI ilmiy maqolasi, 2024-yil*. Raqamli marketing vositalarining turizm samaradorlikka taʼsiri.
6. Hayitboyev R. – “Milliy brend yaratish va turizm” *Toshkent: Fan va texnologiya, 2023-yil*. Milliy brend yaratishning turizm global raqobatbardoshlikka taʼsiri.
7. Gov.uz – “Oʻzbekistonda turizm marketingi strategiyasi” *Rasmiy hujjat, 2025-yil*. Davlat siyosati va marketing strategik yoʻnalishlari.
8. Zarnews.uz – “Turizm marketing innovatsiyalari” *Mahalliy tahliliy maqola, 2025-yil*. Hududiy turizm marketing innovatsiyalarini joriy etish.
9. Muhitdinov X.S. – “Big Data va turizm marketingi” *Ekologiya jurnali, 2024-yil*. Big Data texnologiyalarining turizm marketingidagi qoʻllanilishi.
10. Navoiy davlat pedagogika instituti – “Marketing strategiyalari va turizm istiqbollari” *Ilmiy toʻplam, 2025-yil*. Marketing strategiyalarining turizm istiqbollari boʻyicha ilmiy tahlil.