

Surxondaryo viloyatida yashil iqtisodiyotni rivojlantirish istiqbollari bo'yicha ilmiy asoslangan tavsiyalar ishlab chiqildi. Asosiy xulosalar:

1. QTE sohasida 8 ta yirik loyiha asosida 2030-yilga kelib 1 837 MVt quvvat o'rnatish, viloyat energiyasida qayta tiklanuvchi ulushni 3,8% dan 35–40% gacha oshirish va yiliga 680 mln. dollar fosil yoqilg'i tejash realistik maqsad sifatida asoslab berildi.

2. Organik qishloq xo'jaligini 18 ming gektardan 180 ming gektarga (ekin maydonining 37,5%) kengaytirish, 1 200 fermer xo'jaligini organik sertifikatlash va eksportni 310 mln. dollarga yetkazish uchun 6 ta aniq dastur taklif etildi.

3. Suv tejash sohasida 645 mln. dollar sarmoya asosida yiliga 1,0 mlrd. m<sup>3</sup> suv tejash, sug'orish samaradorligini 55% dan 78–82% ga oshirish va 80 ming gektar sho'rlangan yerni sog'lomlashtirish yo'l xaritasi ishlab chiqildi.

4. 10 ta moliyaviy mexanizm (yashil obligatsiyalar, GCF, ADB, AIIB, PPP va boshqalar) asosida 3,3 mlrd. dollar yashil sarmoya jalb etish tizimi taklif etildi; davlat kafolatlari va rag'batlantirish vositalarining aniq tizimi belgilandi.

5. 7 ta ekologik turizm klasteri asosida 2030-yilga kelib 250 ming turist jalb etish va 45 mlrd. so'm daromad olish imkoniyati tahlil qilindi; 5 500 yangi ish o'rni va ekosistema saqlanishiga moddiy asos yaratish istiqboli asoslandi.

6. Barcha 5 yo'nalish birgalikda amalga oshirilsa, viloyat YIHM i qo'shimcha 35–40% ga o'sishi, 58 000 dan ortiq yangi ish o'rni yaratilishi va CO<sub>2</sub> emissiyasi yiliga 2,5 mln. tonnaga kamayishi prognoz qilinadi.

**Iroda OTAXONOVA,**  
**O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti,**  
**Ilmiy rahbar: Ravshan ABDULLAYEV,**  
**O'zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi,**  
**“Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrasi professori, i.f.d.**

## **O'ZBEKISTONDA TURISTIK FAOLIYAT SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA MOBIL MARKETINGNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI VA USTUVOR YO'NALISHLARI**

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada O'zbekistonda turistik faoliyat samaradorligini oshirishda mobil marketingning o'rni, ahamiyati va rivojlantirish istiqbollari tahlil qilinadi. Xususan, raqamli texnologiyalar va mobil qurilmalar orqali sayyohlarga xizmat ko'rsatishning zamonaviy usullari, ularning afzalliklari hamda amaliy qo'llanilishi yoritilgan. Shuningdek, mobil marketingni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari, jumladan mobil ilovalar, geolokatsiya xizmatlari, ijtimoiy tarmoqlar orqali targ'ibot va raqamli to'lov tizimlarining ahamiyati ochib beriladi. Maqolada sohaga oid mavjud muammolar va ularni bartaraf etish bo'yicha takliflar ham ilgari surilgan. Natijada mobil marketingdan samarali foydalanish orqali mamlakat turizm salohiyatini oshirish imkoniyatlari asoslab beriladi.

**Kalit so'zlar:** Mobil marketing, turizm, raqamli texnologiyalar, turistik xizmatlar, mobil ilovalar, geolokatsiya, ijtimoiy tarmoqlar, turizm samaradorligi, innovatsiyalar, foydalanuvchi tajribasi.

**Аннотация.** В данной статье анализируются роль, значение и перспективы развития мобильного маркетинга в повышении эффективности туристической деятельности в Узбекистане. В частности, освещаются современные методы обслуживания туристов с использованием цифровых технологий и мобильных устройств, их преимущества, а также практические аспекты применения. Кроме того, раскрываются приоритетные направления развития мобильного маркетинга, включая мобильные приложения, геолокационные сервисы, продвижение через социальные сети и значение цифровых платёжных систем. В статье также рассматриваются существующие проблемы в данной сфере и предлагаются пути их решения. В результате обосновываются возможности повышения туристического потенциала страны за счёт эффективного использования мобильного маркетинга.

**Ключевые слова:** мобильный маркетинг, туризм, цифровые технологии, туристические услуги, мобильные приложения, геолокация, социальные сети, эффективность туризма, инновации, пользовательский опыт.

**Abstract.** This article analyzes the role, significance, and development prospects of mobile marketing in enhancing the efficiency of tourism activities in Uzbekistan. In particular, it highlights modern methods of providing services to tourists through digital technologies and mobile devices, their advantages, and practical applications. Furthermore, the priority directions for the development of mobile marketing are explored, including mobile applications, geolocation services, promotion through social media, and the importance of digital payment systems. The article also examines existing problems in the field and proposes solutions for their elimination. As a result, the opportunities to increase the country's tourism potential through the effective use of mobile marketing are substantiated.

**Keywords:** mobile marketing, tourism, digital technologies, tourism services, mobile applications, geolocation, social media, tourism efficiency, innovations, user experience.

Bugungi globallashuv va raqamli transformatsiya sharoitida turizm sohasi jadal rivojlanayotgan iqtisodiy tarmoqlardan biriga aylanmoqda. Jahon miqyosida sayyohlar sonining ortishi, ularning talab va ehtiyojlarining o'zgarishi turistik xizmatlar ko'rsatishda zamonaviy yondashuvlarni qo'llashni taqozo etmoqda. Ayniqsa, mobil qurilmalar va internet texnologiyalarining keng tarqalishi sayyohlarning safarni rejalashtirish, ma'lumot izlash, xizmatlardan foydalanish va taassurotlarini baham ko'rish jarayonlarini tubdan o'zgartirdi.

O'zbekistonda ham turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Mamlakatning boy tarixiy-madaniy merosi, jumladan Registon majmuasi, Ichan qal'a va Buxoro tarixiy markazi kabi noyob obyektlar xalqaro turizm bozorida katta qiziqish uyg'otmoqda. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda turistik faoliyat samaradorligini oshirishda mobil marketing muhim strategik vositaga aylanmoqda. Raqamli texnologiyalar kengayib borayotgan bir paytda, sayyohlarning katta qismi safar rejalashtirish, bron qilish va tajribalarini ulashishda mobil qurilmalardan foydalanadi. Shu sababli mobil marketingni rivojlantirish turizm sohasining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan, mazkur maqolada O'zbekistonda turizm sohasida mobil marketingdan foydalanishning nazariy va amaliy jihatlari, uning rivojlantirish istiqbollari hamda ustuvor yo'nalishlari keng yoritiladi.

Ma'lumki, mobil marketing mobil qurilmalar orqali iste'molchilarga marketing xabarlarini yetkazish, ularning ehtiyojlarini o'rganish hamda mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish jarayonidir.

Mobil Marketing Assotsiatsiyasi ta'rifiga ko'ra: "mobil marketing – tashkilotlarga har qanday mobil qurilma yoki tarmoq orqali o'z auditoriyasi bilan interaktiv va shaxsiylashtirilgan usulda muloqot qilish hamda ular bilan bog'lanish imkonini beruvchi amaliyotlar to'plamidir."<sup>318</sup>

Mobil marketing – mobil qurilmalar orqali mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qiluvchi har qanday reklama yoki marketing kampaniyasi. Mijozlar bilan mobil qurilmalar orqali bog'lanish orqali siz yaxlit mijozlar tajribasini yaratishingiz mumkin. Ko'pchilik odamlar har doim yonlarida telefonlarini olib yurishadi, bu sizga mijozlar bilan real vaqt rejimida bog'lanish imkonini beradi. Mobil marketing mijozlarni interaktiv va shaxsiylashtirilgan tarzda jalb qilish uchun ishlatiladi.<sup>319</sup>

Mobil marketingning mohiyatini chuqurroq anglash uchun uning asosiy xususiyatlarini ko'rib chiqish muhimdir. Interaktivlik mobil marketingning eng muhim jihatlaridan biridir. An'anaviy marketing vositalaridan farqli ravishda, mobil marketing iste'molchi va kompaniya o'rtasida ikki tomonlama aloqani ta'minlaydi. Masalan, mobil ilovalar yoki ijtimoiy tarmoqlar orqali foydalanuvchilar o'z fikrlarini bildirishlari, baho berishlari yoki xizmatlardan darhol foydalanishlari mumkin.

Personallashtirish xususiyati mobil marketingni yanada samarali qiladi. Mobil qurilmalar orqali yig'iladigan ma'lumotlar masalan: foydalanuvchi qiziqishlari, qidiruv tarixi, joylashuvi asosida har bir iste'molchiga individual takliflar berish imkoniyati yaratiladi. Bu esa marketing kampaniyalarining aniqligini oshiradi va mijozlarning sodiqligini mustahkamlaydi.

Tezkorlik mobil marketingning yana bir muhim afzalligi hisoblanadi. Axborot bir necha soniya ichida foydalanuvchiga yetkazilishi mumkin. Bu ayniqsa turizm kabi tezkor qaror qabul qilish talab etiladigan sohalarda katta ahamiyatga ega. Masalan, chegirmalar yoki maxsus takliflar haqidagi xabarlar real vaqt rejimida yuborilishi mumkin.

Joylashuvga bog'liqlik mobil marketingning innovatsion jihatlaridan biridir. GPS va boshqa geolokatsiya texnologiyalari yordamida foydalanuvchining joylashuviga mos ravishda reklama yoki xizmatlar taklif etiladi. Bu esa ayniqsa turizm sohasida samarali bo'lib, sayyohlarga yaqin atrofdagi diqqatga sazovor joylar, mehmonxonalar yoki restoranlar haqida ma'lumot berishda qo'l keladi.<sup>320</sup>

Bugunki kunda O'zbekistonda turizm sohasida mobil marketing samaradorligini oshirish dolzarb masalalardan biridir. Raqamli texnologiyalar rivojlanishi va smartfon foydalanuvchilari sonining ortib borishi sayyohlik xizmatlarini targ'ib qilishda mobil platformalarning ahamiyatini yanada kuchaytirmoqda. Shu bois, turizm subyektlari mobil marketingdan samarali foydalanish orqali ichki va tashqi turistik oqimni oshirish imkoniyatiga ega.

O'zbekistonda turizm sohasida mobil marketingni rivojlantirish mamlakatning raqamli iqtisodiyotga o'tish jarayonida muhim strategik yo'nalishlardan biri

---

<sup>318</sup> Industry overview [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://mmaglobal.com/about/industry-overview> (murojaat qilingan sana: 24.04.2026).

<sup>319</sup> Mobile marketing [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://www.optimove.com/resources/learning-center/mobile-marketing> (murojaat qilingan sana: 24.04.2026).

<sup>320</sup> The essentials of a modern mobile marketing strategy [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://emarsys.com/learn/blog/the-essentials-of-a-modern-mobile-marketing-strategy/> (murojaat qilingan sana: 25.04.2026).

hisoblanadi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, mobil qurilmalar va internetdan foydalanish darajasining yuqoriligi, shuningdek, naqd pulsiz to'lovlar va fintech xizmatlarining jadal rivojlanishi ushbu sohada samarali marketing faoliyatini tashkil etish uchun mustahkam asos yaratmoqda.

Shu bilan birga, mobil marketing samaradorligini oshirish uchun yagona turistik platformalarni rivojlantirish, geolokatsiyaga asoslangan xizmatlarni kengaytirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish hamda davlat va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, foydalanuvchiga yo'naltirilgan yondashuv, ko'p tilli kontent va zamonaviy to'lov tizimlarining integratsiyasi turistlar uchun qulay va jozibador muhit yaratadi.

Bundan tashqari, mobil marketing kampaniyalarining samaradorligini aniq ko'rsatkichlar asosida baholash marketing strategiyalarini takomillashtirish va resurslardan oqilona foydalanish imkonini beradi. Natijada, mobil marketingni kompleks rivojlantirish O'zbekistonning xalqaro turizm bozorida raqobatbardoshligini oshirish, turistlar oqimini ko'paytirish va sohaning barqaror iqtisodiy o'sishini ta'minlashga xizmat qiladi.

O'zbekistonda mobil to'lov tizimlarini rivojlantirish uchun zarur infratuzilma va resurslar allaqachon shakllangan. Xususan, mobil aloqa qamrovi 95 foizdan oshgan, aholining 72 foizi mobil bank xizmatlaridan foydalanadi, hamda raqamli to'lovlar hajmi so'nggi yillarda bir necha barobar oshgan.<sup>321</sup> Mamlakatimiz bo'ylab 4G va 5G tarmoqlarining kengayishi va tarixiy shaharlar, jumladan Samarqand, Buxoro va Xivada "smart tourism" elementlarining joriy etilishi ham mobil marketing imkoniyatlarini kengaytirmoqda. Shu bilan birga, davlat tomonidan turizmni rivojlantirishga qaratilgan qarorlar, vizasiz rejimning kengaytirilishi va "e-visa" tizimining joriy etilishi turistlar oqimining oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda.

O'zbekistonda mobil va naqd pulsiz to'lovlar tizimi so'nggi yillarda jadal rivojlanib, m-kommersiya uchun mustahkam asos yaratmoqda. Xususan, 2024-yilda naqd pulsiz to'lovlar ulushi 40-63 foizgacha yetgani aholining raqamli to'lov vositalariga tobora ko'proq o'tayotganini ko'rsatadi. Shu bilan birga, mobil va raqamli to'lovlar hajmi 2022-yildagi 114 trillion so'mdan 2024-yilda 346 trillion so'mga yetib, qariyb uch baravar o'sgan.<sup>322</sup> Mazkur holat turizm sohasi uchun ham katta imkoniyat yaratadi, chunki xorijiy turistlar uchun mavjud mobil to'lov infratuzilmasini moslashtirish va integratsiya qilish nisbatan oson kechadi hamda ularning xizmatlardan foydalanish qulayligini sezilarli darajada oshiradi.

O'zbekistonda fintech ekotizimi so'nggi yillarda sezilarli darajada kengayib, raqamli iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismiga aylandi. Xususan, 2018-yilda mamlakatda atigi 24 ta fintech kompaniya faoliyat yuritgan bo'lsa, 2025-yilga kelib ularning soni 103 taga yetib, qariyb to'rt baravar o'sdi. Ushbu kompaniyalarning 53,8 foizi aynan to'lov xizmatlariga ixtisoslashgani bozorning asosiy yo'nalishi sifatida elektron to'lovlar tizimi shakllanganini ko'rsatadi.<sup>323</sup>

<sup>321</sup> Digital 2024: Uzbekistan [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-uzbekistan> (murojaat qilingan sana: 25.04.2025).

<sup>322</sup> Uzbekistan sees lower shadow economy share as cashless payments rise [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://www.euronews.com/business/2026/01/23/uzbekistan-sees-lower-shadow-economy-share-as-cashless-payments-rise> (murojaat qilingan sana: 25.04.2025).

<sup>323</sup> By 2030, Uzbekistan plans to double fintech investment and join the global fintech index [Elektron resurs]. – Kirish

Bugungi kunda mamlakatda 44 ta to'lov provayderlari faoliyat olib borib, ular qatorida Click, Payme kabi ommabop platformalar mavjud. Ushbu holat O'zbekistonda allaqachon rivojlangan va keng qamrovli to'lov infratuzilmasi shakllanganini anglatadi. Endi asosiy vazifa ushbu imkoniyatlarni turizm sohasi bilan chuqur integratsiya qilishdan iborat bo'lib, bu orqali xorijiy turistlar uchun qulay, tezkor va xavfsiz m-kommersiya muhitini yaratish mumkin.

O'zbekistonda turizmدا mobil marketing samaradorligini oshirishda to'lov tizimlari va m-kommersiya alohida strategik yo'nalish hisoblanadi. Ayniqsa, xorijiy turistlar uchun qulay va tanish bo'lgan mobil to'lov usullarini joriy etish nafaqat xizmatlar iste'molini osonlashtiradi, balki ularning mamlakat haqidagi umumiy taassurotiga ham bevosita ta'sir qiladi.

Birinchi navbatda, Apple Pay, Google Pay va WeChat Pay kabi xalqaro mobil to'lov tizimlarini turistik destinatsiyalarda, jumladan mehmonxonalar, restoranlar, muzeylar, transport xizmatlari va savdo markazlarida keng joriy etish zarur. Ko'plab xorijiy turistlar naqd pul ishlatishni kamaytirgan, shuning uchun ular o'z mamlakatida o'rganib qolgan to'lov usullaridan foydalanishni afzal ko'radi. Agar sayyoh Samarqanddagi tarixiy obidaga kirish chiptasini yoki Buxorodagi restoranda ovqat haqini bir necha soniyada telefon orqali to'lay olsa, bu uning xizmatdan qoniqishini sezilarli oshiradi.

Amaliy misol sifatida, Xitoydan kelgan turistlarni olsak, ular uchun WeChat Pay yoki Alipay asosiy to'lov vositasi hisoblanadi. Agar Buxoro yoki Xiva shahridagi hunarmandchilik do'konlari ushbu tizimni qabul qilsa, turistlar suvenir xaridini ko'proq amalga oshiradi. Aks holda, naqd pul yetishmasligi sababli xaridni kechiktirishi yoki umuman rad etishi mumkin.

Shu bilan birga, mobil hamyonlar orqali keshbek tizimlarini yo'lga qo'yish ham mobil marketing samaradorligini oshirishda muhim ahamiyatga ega. Bu usul foydalanuvchini ko'proq xarid qilishga rag'batlantiradi va ayni paytda turistik bizneslar o'rtasida raqobatni kuchaytiradi. Masalan, agar turist Toshkentdagi mehmonxonada mobil to'lov orqali hisob-kitob qilsa va unga 5% keshbek qaytarilsa, u keyingi xizmatlar uchun ham aynan shu tizimdan foydalanishga intiladi.

## 1-jadval

### O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy turistlar dinamikasi <sup>324</sup>

№	Hududlar va davlatlar	2023-yil	2024-yil	2025-yil
	Jami oylar	yanvar-dekabr	yanvar-dekabr	yanvar-dekabr
	Jami tashrif buyurganlar:	6 626 302	10 060 907	11 679 628
I.	Qo'shni davlatlardan:	5 349 473	8 401 108	9 524 970
1.	Qozog'iston	1 333 333	2 840 183	2 667 411
2.	Qirg'iziston	1 757 081	2 766 572	3 315 129
3.	Tojikiston	2 155 151	2 478 531	2 695 729
4.	Turkmaniston	100 299	227 296	370 019
5.	Afg'oniston	3 609	88 526	476 682

rejimi: <https://www.uzdaily.uz/en/by-2030-uzbekistan-plans-to-double-fintech-investment-and-join-the-global-fintech-index/> (murojaat qilingan sana: 25.04.2025).

<sup>324</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. "O'zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati" statistik to'plami. – T., 2025.

Jadvaldagi ma'lumotlar asosida aytish mumkinki, 2023-yilda jami 6 626 302 nafar tashrif buyuruvchi qayd etilgan bo'lsa, 2024-yilda bu ko'rsatkich 10 060 907 nafarga yetgan. 2025-yilda esa 11 679 628 nafarga oshgan. Bu 3 yil ichida deyarli ikki baravar o'sish mavjudligini anglatadi. Bu ko'rsatkichlar mobil to'lov tizimlarini joriy etish zaruratini yanada kuchaytirmoqda.

O'tkazilgan tahlillar natijasida O'zbekiston turizm sanoatida mobil marketingni rivojlantirishga to'sqinlik qilayotgan quyidagi muammolar aniqlandi:

–mobil ilovalarning tarqoqligi va yetarli emasligi. Ko'plab turistik obyektlar yoki transport xizmatlarining yagona, foydalanuvchiga qulay mobil ilovasi mavjud emas;

–xalqaro standartlarga moslashuvning pastligi. Mahalliy platformalarning aksariyati xorijiy sayyohlar uchun qulay bo'lgan to'lov tizimlari va tillarga to'liq moslashtirilmagan;

–marketing strategiyasining sustligi. Mahalliy turistik kompaniyalar hali ham an'anaviy reklama usullaridan foydalanmoqda, geomarketing yoki shaxsiylashtirilgan push-bildirishnomalar imkoniyatlari deyarli qo'llanilmaydi.

O'zbekistonda turizm sohasida mobil marketing samaradorligini oshirish uchun quyidagi yo'nalishlarni ustuvor deb hisoblash mumkin.

1. Yagona milliy turistik mobil platformani "SuperApp" darajasiga olib chiqish. Hozirgi vaqtda turizmga oid xizmatlar turli alohida ilovalar va platformalarda tarqoq holda mavjud. Shu sababli, sayyohlar uchun viza rasmiylashtirish, transport, mehmonxona bron qilish, gid xizmatlari hamda to'lovlarni bir joyda jamlaydigan yagona raqamli platformani shakllantirish zarur. Bunday yondashuv nafaqat foydalanuvchi qulayligini oshiradi, balki sayyohlar xatti-harakatlari bo'yicha katta hajmdagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish imkonini beradi.

2. Kengaytirilgan va virtual borliq texnologiyalarini mobil marketingga integratsiya qilish. Augmented Reality va Virtual Reality imkoniyatlaridan foydalanish orqali sayyohlarga tarixiy obidalarni ularning asl, qadimiy ko'rinishida virtual tarzda namoyish etish mumkin. Bu ayniqsa rekonstruksiya qilingan yoki qisman saqlanib qolgan obyektlar uchun juda muhim bo'lib, sayyohning tajribasini boyitadi va marketing jozibadorligini bir necha barobar oshiradi.

3. Geolokatsiyaga asoslangan aqlli xizmatlarni kengaytirish. Location-Based Services orqali sayyoh mamlakat hududiga kirishi bilanoq uning mobil qurilmasiga mahalliy madaniyat, urf-odatlar, xavfsizlik qoidalari hamda yaqin atrofdagi diqqatga sazovor maskanlar haqida moslashtirilgan ma'lumotlar yuborilishi mumkin. Bunday aqlli bildirishnomalar nafaqat axborot berish, balki sayyohlarning sarf-xarajatlarini oshirish va ularni kamroq mashhur, ammo jozibador lokatsiyalarga yo'naltirishga xizmat qiladi.

4. Davlat va xususiy sektor hamkorligini kuchaytirish. Davlat tomonidan internet infratuzilmasi, QR-kodli to'lov tizimlari va raqamli platformalar uchun asos yaratilishi, xususiy sektor tomonidan esa kreativ kontent, mobil ilovalar va innovatsion xizmatlar ishlab chiqilishi maqsadga muvofiqdir. Bunday hamkorlik marketing xarajatlarini optimallashtirish va xizmatlar sifatini oshirish imkonini beradi.

5. Ko‘p tillilik va madaniy moslashuvchanlikni ta’minlash. Turistik kontent faqat ingliz yoki rus tillarida emas, balki asosiy maqsadli bozorlarga yo‘naltirilgan holda, masalan, xitoy, yapon va Yevropa tillarida ham ishlab chiqilishi zarur. Shu bilan birga, har bir hududning estetik va madaniy xususiyatlarini inobatga olish marketing samaradorligini sezilarli darajada oshiradi.

O‘zbekistonda mobil marketingning o‘ziga xos ustunligi Telegram ekotizimining keng tarqalganligidir. Ko‘plab foydalanuvchilar aynan shu messenjer orqali xizmatlardan foydalanadi. Shu sababli, murakkab mobil ilovalardan ko‘ra, yengil va tezkor Telegram botlari hamda mini-ilovalar orqali turistik xizmatlarni taklif qilish milliy sharoitda eng samarali yondashuvlardan biri hisoblanadi.

O‘zbekistonda mobil marketing turizm sohasini rivojlantirishda muhim strategik vosita hisoblanadi. Yuqoridagi yo‘nalishlarni amaliyotga joriy etish mamlakatning xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligini oshirish, turistlar oqimini ko‘paytirish hamda raqamli iqtisodiyot ulushini kengaytirishga xizmat qiladi.

**Xulosa.** Ushbu tadqiqot davomida O‘zbekistonda mobil marketing samaradorligini oshirish imkoniyatlari o‘rganildi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, raqamli texnologiyalar va mobil qurilmalardan foydalanish turistik xizmatlarni yanada tezkor, qulay va shaxsiylashtirilgan tarzda taqdim etishga xizmat qiladi. Mobil ilovalar, geolokatsiya xizmatlari va ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshiriladigan marketing faoliyati sayyohlar oqimini oshirish hamda ularning tajribasini yaxshilashda muhim rol o‘ynaydi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistonda mobil marketingni rivojlantirish turizm sohasining raqobatbardoshligini oshirishga, xizmatlar sifatini yaxshilashga hamda mamlakatning xalqaro turizm bozoridagi jozibadorligini kuchaytirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, raqamli infratuzilmani rivojlantirish, kadrlar salohiyatini oshirish va innovatsion yechimlarni joriy etish ushbu yo‘nalishdagi asosiy ustuvor vazifalar sifatida e’tirof etiladi.

Umuman olganda, O‘zbekistonda turizm sohasida mobil marketingni rivojlantirish uchun yetarli salohiyat va imkoniyatlar mavjud. Biroq ushbu imkoniyatlardan to‘liq foydalanish uchun raqamli texnologiyalarni keng joriy etish, mobil ilovalarni takomillashtirish hamda xalqaro standartlarga moslashish zarur. Taklif etilgan yo‘nalishlar amalga oshirilsa, O‘zbekiston turizm sohasi nafaqat mintaqaviy, balki global miqyosda ham raqobatbardosh tizimga aylanishi mumkin.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:**

1. O‘zbekiston Respublikasining 18-iyul 2019-yildagi O‘RQ-549-son “Turizm to‘g‘risida” gi Qonuni.
2. Mirziyoyev, Sh.M. Yangi O‘zbekiston strategiyasi. – Toshkent: “O‘zbekiston” nashriyoti, 2021. – 464 b.
3. Abduvoxidov, A.A. Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlari bozorini rivojlantirish: Monografiya. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2022. – 180 b.
4. Kotler, Ph. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital / Ph. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan. – New Jersey: Wiley, 2017. – 208 p.
5. Safina, M. S. Mobile Marketing in Tourism: Trends and Challenges // Journal of Tourism Management and Hospitality. – 2023. – Vol. 4. – No. 2. – Pp. 45–

58.

6. Tursunov, B.S. O‘zbekiston turizm industriyasida axborot texnologiyalaridan foydalanishning samarali yo‘llari // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. – 2024. – № 1. – B. 112–125.

7. Umarov, S. R. Mobil marketing vositalari orqali turistik xizmatlar eksportini rag‘batlantirish: iqtisod fanlari nomzodi dissertatsiyasi avtoreferati. – Samarqand, 2021. – 48 b.

8. Industry overview [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://mmaglobal.com/about/industry-overview>

9. Mobile marketing [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://www.optimove.com/resources/learning-center/mobile-marketing>

10. The essentials of a modern mobile marketing strategy [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://emarsys.com/learn/blog/the-essentials-of-a-modern-mobile-marketing-strategy/>

11. Digital 2024: Uzbekistan [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-uzbekistan>

12. Uzbekistan sees lower shadow economy share as cashless payments rise [Elektron resurs]. – Kirish rejimi: <https://www.euronews.com/business/2026/01/23/uzbekistan-sees-lower-shadow-economy-share-as-cashless-payments-rise>

**Maxammadjon ORIFJONOV,**  
**O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi magistranti,**  
**Ilmiy rahbar: Sirojiddin ABROROV,**  
**O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi dotsenti, DSc**

## **O‘ZBEKISTONDA TURISTIK KORXONALARNING INNOVATSION FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING STRATEGIK YO‘NALISHLARI**

**Annotatsiya.** Maqolada O‘zbekiston turizm bozorining turistik korxonalar innovatsion faolligini rivojlantirishning strategik yo‘nalishlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda kiruvchi turist safarlari, turistik firmalar faoliyati, xizmatlar eksportida travel (turizm) ulushi, joylashtirish quvvatlari va innovatsion muhit ko‘rsatkichlari bir tizimda ko‘rib chiqildi. Natijada raqamli platformalashuv, sun‘iy intellektga tayangan shaxsiylashtirish, klasterlashuv, smart va yashil infratuzilma, innovatsion moliyalashtirish hamda kadrlar kompetensiyasini yangilash turistik korxonalar uchun ustuvor strategik yo‘nalishlar ekani asoslandi.

**Kalit so‘zlar:** turizm, turistik korxonalar, innovatsion faoliyat, raqamlashtirish, sun‘iy intellekt, klaster, smart turizm, eksport, strategik yo‘nalish.

**Аннотация.** В статье анализируются стратегические направления развития инновационной активности туристических предприятий на рынке туризма Узбекистана. В исследовании в единой системе рассмотрены въездные туристские поездки, деятельность туристических фирм, доля туризма в экспорте услуг, мощности размещения и показатели инновационной среды. Обосновано, что платформенная цифровизация, персонализация на базе искусственного интеллекта, кластеризация, smart- и green-инфраструктура, инновационное финансирование и обновление кадровых компетенций выступают ключевыми стратегическими направлениями для туристических предприятий.