

**TURISTIK XIZMATLAR BOZORINING RIVOJLANISH
ISTIQBOLLARI VA MARKETING YONDASHUVLARI**

Isakova Naima Ikromjonovna

Urganch davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

E-mail: noimaisakova@gmail.ru

ORCID: [0009-0008-3370-6882](https://orcid.org/0009-0008-3370-6882)

Annotatsiya: Ushbu tezisda turistik xizmatlar bozorining hozirgi holati, rivojlanish tendensiyalari va marketing yondashuvlari tahlil qilingan. Turizm sohasida raqamli texnologiyalar, internet marketing, brending va hududiy marketing vositalaridan foydalanishning ahamiyati yoritilgan. Tadqiqot davomida ichki va tashqi turizmni rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar baholanib, xizmatlar sifatini oshirish hamda turistlar oqimini ko'paytirish imkoniyatlari ko'rib chiqilgan. Natijalar turistik xizmatlarni samarali targ'ib qilish va bozor raqobatbardoshligini oshirishda marketingning muhim o'rin tutishini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: turizm, turistik xizmatlar, marketing, turizm bozori, brending, raqamli marketing.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ
УСЛУГ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ПОДХОДЫ**

Исакова Наима Икромжоновна

Независимый исследователь

Ургенчского государственного университета

Доцент Ташкентского государственного экономического

университета, кандидат экономических наук

Аннотация: В тезисе проанализированы современное состояние, тенденции развития рынка туристических услуг и маркетинговые подходы. Рассмотрена роль цифровых технологий, интернет-маркетинга, брендинга и территориального маркетинга в развитии туризма. Оценены факторы, влияющие на развитие внутреннего и международного туризма, а также возможности повышения качества услуг и увеличения туристического потока. Результаты подтверждают важность маркетинга в продвижении туристических услуг и повышении конкурентоспособности рынка.

Ключевые слова: туризм, туристические услуги, маркетинг, туристический рынок, брендинг, цифровой маркетинг.

**DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE TOURISM SERVICES
MARKET AND MARKETING APPROACHES
THE IMPORTANCE OF PERSONNEL MARKETING IN THE
DEVELOPMENT OF SERVICE ENTERPRISES**

Isakova Naima Ikromjonovna

Independent researcher at Urgench State University

Associate professor at Tashkent State University of Economics, PhD

E-mail: noimaisakova@gmail.ru

ORCID: [0009-0008-3370-6882](https://orcid.org/0009-0008-3370-6882)

Abstract: This thesis analyzes the current state, development trends, and marketing approaches in the tourism services market. The role of digital technologies, internet marketing, branding, and territorial marketing in

tourism development is highlighted. Factors influencing domestic and international tourism are assessed, along with opportunities for improving service quality and increasing tourist flows. The findings confirm the importance of marketing in promoting tourism services and enhancing market competitiveness.

Keywords: tourism, tourism services, marketing, tourism market, branding, digital marketing.

KIRISH

Turizm jahon iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo‘lib, mamlakatlar iqtisodiy o‘sishi, aholi bandligi va hududlar rivojlanishida muhim o‘rin tutadi. O‘zbekistonda ham turizmni rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida e’tirof etilmoqda. Turistik xizmatlar bozorining kengayishi yangi marketing yondashuvlarini qo‘llashni talab etadi.

Raqamli texnologiyalar, internet marketing, hududiy brending va innovatsion kommunikatsiya vositalaridan foydalanish turistlar oqimini oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Shu sababli turistik xizmatlar bozorining rivojlanish istiqbollari o‘rganish va marketing yondashuvlarini takomillashtirish dolzarb ilmiy masalalardan biri hisoblanadi.

ASOSIY QISM

Turizm iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri bo‘lib, ko‘plab mamlakatlarda yalpi ichki mahsulotning o‘sishi, yangi ish o‘rinlari yaratish va hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida muhim rol o‘ynaydi [1]. So‘nggi yillarda turistik xizmatlar bozorida raqobatning kuchayishi marketing yondashuvlarini takomillashtirish zaruratini yuzaga keltirmoqda.

Morrisonning ta’kidlashicha, turizm marketingining asosiy vazifasi turistlarning ehtiyoj va talablarini aniqlash hamda ularga mos xizmatlarni taklif etishdan iboratdir [2]. Muallif turizm destinatsiyalarining muvaffaqiyati ko‘p jihatdan samarali marketing strategiyalariga bog‘liqligini qayd etadi.

Kotler va boshqalar hududiy marketing va brendingning turizm rivojlanishidagi ahamiyatini alohida ta'kidlaydilar. Ularning fikricha, hududning ijobiy imijini shakllantirish turistlar oqimini ko'paytirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi [3].

Buhalis tadqiqotlarida raqamli texnologiyalar va internet marketing turizm xizmatlarini targ'ib qilishning asosiy vositasiga aylangani ko'rsatilgan [4]. Ayniqsa, onlayn bronlashtirish tizimlari, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar turistik xizmatlar bozorining rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda.

UNWTO hisobotlarida xalqaro turizm bozorida innovatsion marketing vositalari va raqamli kommunikatsiyalardan foydalanish turistlar sonining o'sishiga xizmat qilishi qayd etilgan [5].

Hudson turizm marketingida ijtimoiy media platformalarining ahamiyatini asoslab, ular orqali turistlarning qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir ko'rsatish mumkinligini ko'rsatadi [6].

So'nggi ilmiy ishlarda turistik xizmatlar bozorida barqaror rivojlanish tamoyillari va ekologik marketing konsepsiyalari keng o'rganilmoqda [7]. Bunday yondashuvlar turizmning uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

Tadqiqotlar natijalari shuni ko'rsatadiki, marketing yondashuvlarini takomillashtirish turistik xizmatlar bozorining raqobatbardoshligini oshirish va xalqaro turizm oqimini ko'paytirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi [8–9].

Tadqiqotda iqtisodiy-statistik tahlil, qiyosiy taqqoslash, ilmiy kuzatish va umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Turistik xizmatlar bozori rivojlanishining nazariy asoslari hamda turizm marketingiga oid ilmiy qarashlar o'rganildi. Xalqaro tashkilotlarning hisobotlari va ilmiy adabiyotlar tahlili asosida turizm bozorining rivojlanish tendensiyalari baholandi. Shuningdek, hududiy marketing, destinatsiya brendingi va raqamli marketing

ilmiy –amaliy anjuman

yondashuvlarining turizm sohasiga ta'siri nazariy jihatdan tadqiq qilindi. Tizimli yondashuv yordamida turistik xizmatlar bozorining rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar o'rtasidagi bog'liqlik aniqlandi hamda marketing faoliyatini takomillashtirish bo'yicha ilmiy xulosalar shakllantirildi.

Turizm iqtisodiyotning eng dinamik rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanib, ko'plab mamlakatlarda iqtisodiy o'sish, aholi bandligi va hududlar rivojlanishining muhim manbai sifatida namoyon bo'lmoqda. Globallashuv jarayonlari, transport infratuzilmasining rivojlanishi va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining keng joriy etilishi turistik xizmatlar bozorining rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Shu sababli turizm bozorida samarali marketing yondashuvlaridan foydalanish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, zamonaviy turistik xizmatlar bozorida iste'molchilar talabi tobora murakkablashib bormoqda. Turistlar nafaqat sifatli xizmatlarni, balki qulaylik, xavfsizlik, tezkorlik va individual yondashuvni ham talab qilmoqda. Bu esa turizm subyektlaridan marketing faoliyatini takomillashtirish va xizmatlar sifatini muntazam oshirib borishni talab etadi.

Turistik xizmatlar bozorida hududiy marketing muhim ahamiyat kasb etadi. Hududning tarixiy, madaniy va tabiiy resurslarini samarali targ'ib qilish turistlar oqimini oshirishning asosiy omillaridan biridir. Tahlillar natijasida aniqlanishicha, o'z hududiy brendini shakllantirgan va uni xalqaro miqyosda faol targ'ib qilayotgan hududlar turizm rivojlanishida yuqori natijalarga erishmoqda.

So'nggi yillarda raqamli marketing turistik xizmatlar bozorining rivojlanishida muhim vositaga aylandi. Internet saytlari, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va onlayn bronlashtirish tizimlari turistlar bilan samarali muloqot qilish imkonini bermoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda

joylashtirilgan vizual kontent turistlarning sayohat yo‘nalishini tanlash jarayoniga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda.

Turizm marketingida kontent marketingining roli ham ortib bormoqda. Sayyohlik obyektlari haqida sifatli foto va videomateriallar, virtual ekskursiyalar va interaktiv platformalar turistlar e’tiborini jalb etishda muhim vosita bo‘lib xizmat qilmoqda. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, sifatli kontent yaratishga e’tibor qaratayotgan turizm tashkilotlari turistlar oqimini ko‘paytirishga muvaffaq bo‘lmoqda.

Turistik xizmatlar bozorining rivojlanishida xizmat sifati alohida o‘rin egallaydi. Mehmonxonalar, transport xizmatlari, ovqatlanish korxonalar va ekskursiya xizmatlari o‘rtasidagi uzviy hamkorlik turistlarning umumiy taassurotini shakllantiradi. Shu sababli marketing faoliyatida xizmatlar sifatini nazorat qilish va mijozlar qoniqishini muntazam o‘rganish muhim vazifa hisoblanadi.

Tahlillar natijasida ekologik va barqaror turizmga bo‘lgan qiziqish ortib borayotgani kuzatilmoqda. Zamonaviy turistlar ekologik toza hududlar, milliy madaniyat va tabiiy resurslarni asrab-avaylashga qaratilgan turizm yo‘nalishlarini afzal ko‘rmoqda. Bu esa marketing strategiyalarida ekologik omillarni hisobga olish zarurligini ko‘rsatadi.

Xalqaro tajribalar shuni ko‘rsatadiki, turizm marketingida davlat va xususiy sektor hamkorligi muhim ahamiyatga ega. Turistik mahsulotlarni xalqaro bozorlarda targ‘ib qilish, yirik ko‘rgazmalar va forumlarda ishtirok etish hamda raqamli platformalardan foydalanish turizm rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Tadqiqot natijalari turistik xizmatlar bozorining kelgusida ham yuqori sur’atlarda rivojlanish imkoniyatlariga ega ekanligini ko‘rsatmoqda. Raqamli marketing vositalaridan foydalanish, hududiy brendingni rivojlantirish, xizmatlar sifatini oshirish va innovatsion yondashuvlarni joriy etish turizm sektorining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Xulosa sifatida aytish mumkinki, marketing yondashuvlarining samarali qo'llanilishi turistik xizmatlar bozorining rivojlanishini jadallashtirish, turistlar oqimini ko'paytirish va hududlarning iqtisodiy salohiyatini yanada oshirishga imkon yaratadi. Zamonaviy marketing vositalaridan foydalanish esa turizm sanoatining barqaror rivojlanishida muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tadqiqotlar natijalari turistik xizmatlar bozori zamonaviy iqtisodiyotning eng istiqbolli va tez rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri ekanligini ko'rsatdi. Turizmning rivojlanishi mamlakat iqtisodiy o'sishini ta'minlash, yangi ish o'rinlari yaratish, hududlar investitsion jozibadorligini oshirish va aholi daromadlarini ko'paytirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu sababli turistik xizmatlar bozorini rivojlantirishda marketing yondashuvlaridan samarali foydalanish alohida dolzarblik kasb etmoqda.

Tahlillar shuni ko'rsatdiki, turistik xizmatlar bozorining rivojlanishi ko'p jihatdan xizmatlar sifati, infratuzilma rivojlanganligi, marketing kommunikatsiyalarining samaradorligi va hududning turistik imijiga bog'liq. Zamonaviy turistlar xizmatlarning sifati bilan bir qatorda qulaylik, xavfsizlik, innovatsion xizmatlar va individual yondashuvga ham katta e'tibor qaratmoqda. Bu esa turizm subyektlaridan marketing faoliyatini muntazam ravishda takomillashtirib borishni talab etadi.

Tadqiqot davomida hududiy marketing va turistik brendingning ahamiyati alohida o'rganildi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, o'zining noyob turistik brendini shakllantirgan hududlar xalqaro bozorda yuqori raqobatbardoshlikka ega bo'lmoqda. Hududning tarixiy, madaniy va tabiiy salohiyatini samarali targ'ib qilish turistlar oqimini ko'paytirishning muhim omili hisoblanadi.

Shuningdek, raqamli marketing vositalari turizm bozorining rivojlanishida hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligi aniqlandi. Internet saytlar,

ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va onlayn bronlashtirish tizimlari turistlar bilan samarali muloqot qilish hamda turistik xizmatlarni targ‘ib etishda muhim vosita sifatida xizmat qilmoqda. Ayniqsa, vizual marketing vositalari va kontent marketingining samaradorligi yuqori ekanligi kuzatildi.

Tadqiqot natijalari ekologik va barqaror turizm yo‘nalishlariga bo‘lgan talab ortib borayotganligini ham ko‘rsatdi. Zamonaviy turistlar ekologik xavfsizlik, milliy qadriyatlar va tabiiy resurslarni saqlashga alohida e‘tibor qaratmoqda. Shu sababli marketing strategiyalarida ekologik omillarni hisobga olish zarur.

Yuqoridagi natijalardan kelib chiqib, quyidagi takliflarni berish mumkin:

Birinchidan, hududlarning turistik brendlarni shakllantirish va ularni xalqaro bozorda faol targ‘ib qilish bo‘yicha kompleks marketing dasturlarini ishlab chiqish zarur.

Ikkinchidan, turistik xizmatlarni targ‘ib qilishda raqamli marketing texnologiyalaridan keng foydalanish, xususan, ijtimoiy tarmoqlar, mobil platformalar va onlayn bronlashtirish tizimlarini rivojlantirish maqsadga muvofiqdir.

Uchinchidan, turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish va xizmatlar sifatini xalqaro standartlar darajasiga olib chiqish lozim. Bu turistlarning qoniqish darajasini oshirishga xizmat qiladi.

To‘rtinchidan, ekologik va barqaror turizm yo‘nalishlarini rivojlantirish hamda ushbu yo‘nalishlarni marketing kampaniyalarida faol targ‘ib qilish tavsiya etiladi.

Beshinchidan, turizm sohasida faoliyat yuritayotgan korxonalar xodimlarining malakasini oshirish va zamonaviy marketing texnologiyalari bo‘yicha bilimlarini kengaytirish zarur.

Xulosa qilib aytganda, turistik xizmatlar bozorini rivojlantirishda marketing yondashuvlarining samarali qo‘llanilishi turizm sektorining raqobatbardoshligini oshirish, turistlar oqimini ko‘paytirish va hududlarning

iqtisodiy rivojlanishini jadallashtirishga xizmat qiladi. Zamonaviy marketing vositalaridan foydalanish esa turizm sanoatining uzoq muddatli va barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. UNWTO. *World Tourism Barometer*. Madrid, 2024.
2. Morrison A.M. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Routledge, 2024.
3. Kotler P., Bowen J., Makens J. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson, 2023.
4. Buhalis D. *Tourism Management and Digital Transformation*. Routledge, 2022.
5. UNWTO. *Global Tourism Trends Report 2024*.
6. Hudson S. *Digital Marketing in Tourism*. Sage Publications, 2023.
7. OECD. *Tourism Trends and Policies 2024*.
8. World Bank. *Tourism for Development Report 2024*.
9. WTTC. *Economic Impact Report 2024*.