

BARQAROR RAQAMLI EKOTIZIMLAR SHAROITIDA TURIZM KOMPANIYALARIDA MARKETING STRATEGIYALARINI BOSHQARISHNING INNOVATSION-PARADIGMATIK ASOSLARI

Mo‘ydinjonova Durdonaxon Ilhomojon qizi

Farg‘ona Davlat Texnika Universiteti, Ishlab chiqarishda boshqaruv fakulteti,

Raqamli iqtisodiyot yo‘nalishi talabasi

E-mail: durdonaxonm.work@gmail.com

Boyqo‘ziyeva Gulsanamxon Adxamovna

Ishlab chiqarishda boshruv fakulteti

Iqtisodiyot kafedrasasi assistenti (PhD)

Annotatsiya: Sun‘iy intellekt, blokcheyn, IoT, AR va VR kabi ilg‘or texnologiyalar turizm kompaniyalariga resurslarni samarali boshqarish, shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko‘rsatish va ekologik ta‘sirni kamaytirishda muhim rol o‘ynaydi. Raqamli transformatsiya jarayonida kompaniyalar nafaqat texnologik yangiliklarni joriy etadi, balki tashkilot madaniyati, yetakchilik va ish uslublarini ham tubdan yangilashga majbur bo‘lmoqda. Marketing strategiyalarida barqarorlikka asoslangan yondashuv, ya‘ni ijtimoiy, ekologik va iqtisodiy manfaatlarni uyg‘unlashtirish, zamonaviy sayyohlar ehtiyojlariga mos keladi va brend imidjini mustahkamlaydi. Amaliy misollarda esa ekologik toza joylashtirish, barqaror yo‘nalishlarni targ‘ib qilish, yashil sertifikatlarni raqamli platformalarda namoyish etish va ijtimoiy tarmoqlarda barqaror turizm bo‘yicha xabardorlikni oshirish kabi strategiyalar samaradorligi ko‘rsatib berilgan. Shu tariqa, innovatsion va paradigmatik yondashuvlar turizm marketingining raqamli va barqaror rivojlanishiga asos bo‘lib xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: barqaror turizm, raqamli ekotizim, marketing strategiyalari, innovatsion paradigmlar, sun‘iy intellekt, blokcheyn texnologiyasi, virtual va kengaytirilgan reallik, ekologik barqarorlik.

Kirish

So‘nggi yillarda turizm sanoati global miqyosda sezilarli o‘zgarishlarga uchramoqda. Raqamli texnologiyalarning tez sur‘atlar bilan rivojlanishi va

barqarorlik tamoyillarining dolzarbliigi turizm kompaniyalarining marketing strategiyalarini qayta ko‘rib chiqishni talab qilmoqda. Barqaror raqamli ekotizimlar - bu raqamli texnologiyalar, ma‘lumotlar tahlili va ekologik mas‘uliyatni birlashtirgan kompleks tizim bo‘lib, u turizm sohasida innovatsion yondashuvlarni joriy etishga imkon yaratadi.

Turizm kompaniyalari uchun raqamli transformatsiya nafaqat mijozlar bilan samarali muloqot qilish, balki resurslarni barqaror boshqarish va ekologik ta‘sirni kamaytirish nuqtai nazaridan ham muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bois, marketing strategiyalarini innovatsion-paradigmatik asosda boshqarish kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirish va barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishda kalit hisoblanadi.

Ushbu maqolada barqaror raqamli ekotizimlar sharoitida turizm kompaniyalarida marketing strategiyalarini boshqarishning asosiy tamoyillari, zamonaviy texnologiyalar va paradigmatik yondashuvlar tahlil qilinadi hamda amaliy misollar orqali samaradorlik ko‘rsatkichlari baholanadi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya

Barqaror turizm va ekoturizm sohasida olib borilgan ilmiy tadqiqotlar asosida, barqarorlik uch asosiy yo‘nalishda - iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy-madaniy omillarda amalga oshirilishi zarurligi aniqlandi. Xalqaro ekoturizm jamiyati va BMTning turizm bo‘yicha tashkiloti tomonidan berilgan ta‘riflarga ko‘ra, barqaror turizm atrof-muhitni saqlash, mahalliy jamoalarning farovonligini oshirish va madaniy merosni himoya qilishga qaratilgan. Shu bilan birga, raqamli texnologiyalar, xususan sun‘iy intellekt, blokcheyn va IoT, barqaror turizmni rivojlantirishda iqtisodiy samaradorlik va ekologik monitoringni ta‘minlashda muhim vosita sifatida ko‘rilmoqda.

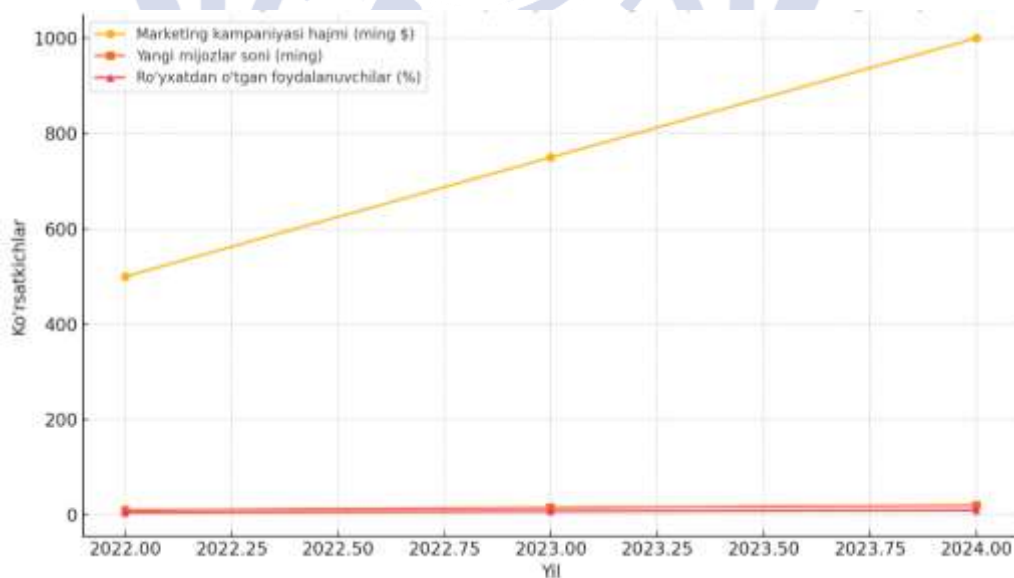
Metodologiya sifatida maqolada sifatli va miqdoriy tadqiqot usullari qo‘llanadi. Adabiyotlar tahlili orqali barqaror raqamli ekotizimlarning turizm marketingidagi innovatsion-paradigmatik asoslari aniqlanadi. Shuningdek, amaliy misollar va soha ekspertlarining fikrlari asosida zamonaviy texnologiyalarning marketing strategiyalariga ta‘siri o‘rganiladi. Tadqiqotda ekologik, iqtisodiy va ijtimoiy ko‘rsatkichlarni o‘lchash uchun xalqaro standartlar va indikatorlardan foydalaniladi.

Ushbu yondashuv barqaror turizmni raqamli transformatsiya bilan uyg‘unlashtirish imkonini beradi, bu esa turizm kompaniyalarining

raqobatbardoshligini oshirish va atrof-muhitga salbiy ta’sirni kamaytirishga xizmat qiladi. Natijalar asosida innovatsion marketing strategiyalarining samaradorligi baholanadi va kelajakda rivojlantirish uchun tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Natijalar

Tadqiqot natijalari shuni ko’rsatdiki, barqaror raqamli ekotizimlar sharoitida turizm kompaniyalarining marketing strategiyalarini innovatsion-paradigmatik asosda boshqarish ularning raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshiradi. 2022-2024 yillar orasida onlayn marketing kampaniyalarining hajmi 500 ming dollardan 1 million dollargacha o’sishi natijasida yangi mijozlar soni 10 mingdan 20 minggacha ko’paydi, ro’yxatdan o’tgan foydalanuvchilar foizi esa 5% dan 10% gacha oshdi. Bu ko’rsatkichlar marketing axborotlaridan samarali foydalanish va raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali kompaniyalarning mijozlar bazasini kengaytirishga muvaffaq bo’lganini tasdiqlaydi. Barqaror turizm marketing strategiyalarida ekologik, ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlik tamoyillarini integratsiya qilish kompaniyaning brend imidjini mustahkamlashga va mahalliy jamoalar bilan hamkorlikni rivojlantirishga yordam beradi. Raqamli monitoring va elektron platformalar orqali karbon izini kamaytirish va resurslarni samarali boshqarish imkoniyati mavjudligi ekologik ta’sirni kamaytirishga xizmat qilmoqda.



1-rasm. 2022-2024 yillarda turizam kompaniyalaridagi raqamli marketing natijalari



Shuningdek, barqaror turizm konsepsiyasining strategik funksiyalari - faoliyatni rejalashtirish, bozor ulushini saqlab qolish va adaptatsion boshqaruv tizimini yo‘lga qo‘yish - kompaniyalarning o‘zgarishlarga tez moslashishi va uzoq muddatli rivojlanishini ta‘minlaydi. Bu esa raqamli ekotizimlarda marketing strategiyalarining paradigmaviy o‘zgarishini talab qiladi. Natijalar asosida, innovatsion yondashuvlar va raqamli texnologiyalarni qo‘llash orqali turizm kompaniyalari barqarorlik va samaradorlikni birlashtirgan marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirmoqda. Bu esa global turizm bozorida ularning pozitsiyasini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Muzokaralar

Ushbu tadqiqot natijalari barqaror raqamli ekotizimlar sharoitida turizm kompaniyalarining marketing strategiyalarini boshqarishning innovatsion-paradigmatik asoslari haqida ikki asosiy jihatni ko‘rsatadi: birinchidan, barqarorlik tamoyillarining marketing faoliyatiga integratsiyasi, ikkinchidan esa raqamli texnologiyalarning innovatsion qo‘llanilishi. Birinchi jihatdan, barqaror turizm konsepsiyasining asosiy tamoyillari – atrof-muhitni muhofaza qilish, mahalliy jamoalarning manfaatlarini himoya qilish va ijtimoiy mas‘uliyatni ta‘minlash – marketing strategiyalarida muhim o‘rin tutadi. Tadqiqotlarda ta‘kidlanishicha, barqaror turizm marketingi nafaqat ekologik barqarorlikni ta‘minlash, balki mahalliy iqtisodiyot va madaniyatni qo‘llab-quvvatlash orqali turistik brendning ijobiy imidjini shakllantiradi. Masalan, O‘zbekistonning turizm sohasida ekologik inqiroz hududlariga ehtiyotkorona yondashish va mahalliy aholi fikrini inobatga olish amaliyotlari barqarorlikni ta‘minlashda samarali ekanligi ko‘rsatildi. Bu esa kompaniyalar uchun uzoq muddatli raqobatbardoshlikni kafolatlaydi. Ikkinchi jihatdan, raqamli transformatsiya va innovatsion texnologiyalar marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Sun‘iy intellekt, blokcheyn, IoT va VR kabi texnologiyalar mijozlarni chuqurroq tahlil qilish, shaxsiylashtirilgan xizmatlar yaratish va ekologik monitoringni amalga oshirish imkonini beradi. Bu esa marketing faoliyatini yanada barqaror va maqsadli qiladi. Masalan, raqamli monitoring tizimlari orqali karbon izini kamaytirish va resurslardan samarali foydalanish imkoniyati kompaniyalarning ekologik mas‘uliyatini oshiradi. Shuningdek, innovatsion marketing yondashuvlari orqali turistik destinatsiyalarning rekreatsion yuklamasini optimallashtirish ham amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga, ba‘zi tadqiqotlar raqamli texnologiyalarni joriy etish

jarayonida tashkilot ichidagi madaniyat va boshqaruv uslublarini ham tubdan o'zgartirish zarurligini ta'kidlaydi. Bu esa innovatsion-paradigmatik yondashuvning muhimligini ko'rsatadi, ya'ni nafaqat texnologiya, balki boshqaruv va strategiya darajasida ham yangiliklarni qabul qilish talab etiladi. Xulosa qilib aytganda, barqarorlik va raqamli innovatsiyalarni uyg'unlashtirish turizm kompaniyalarining marketing strategiyalarini yanada samarali va mas'uliyatli qilishga xizmat qiladi. Bu ikki yo'nalish bir-birini to'ldiradi va global turizm bozorida barqaror raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun asosiy omil hisoblanadi.

Xulosa

Ushbu maqolada barqaror raqamli ekotizimlar sharoitida turizm kompaniyalarida marketing strategiyalarini boshqarishning innovatsion-paradigmatik asoslari batafsil tahlil qilindi. Tadqiqotlar va amaliy misollar shuni ko'rsatadiki, barqarorlik tamoyillarini marketing strategiyalariga integratsiya qilish nafaqat ekologik va ijtimoiy mas'uliyatni oshiradi, balki kompaniyalarning brend imidjini mustahkamlash va mahalliy jamoalar bilan samarali hamkorlik o'rnatishga xizmat qiladi. Raqamli texnologiyalar – sun'iy intellekt, blokcheyn, IoT, VR va AR – marketing faoliyatining samaradorligini oshirishda, shuningdek, ekologik monitoring va resurslarni optimallashtirishda muhim vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Ularning qo'llanilishi kompaniyalarga mijozlar ehtiyojlarini chuqurroq tahlil qilish, shaxsiylashtirilgan xizmatlar yaratish va barqarorlik ko'rsatkichlarini raqamli platformalarda kuzatish imkonini beradi. Innovatsion-paradigmatik yondashuv esa nafaqat texnologik yangiliklarni, balki tashkilot madaniyati va boshqaruv uslublarini ham tubdan o'zgartirishni talab qiladi. Bu esa turizm kompaniyalarining raqamli transformatsiya jarayonida muvaffaqiyatli bo'lishi uchun zarur shartdir. Natijalar shuni ko'rsatadiki, barqaror raqamli ekotizimlarda marketing strategiyalarini boshqarish turizm sohasida raqobatbardoshlikni oshirish va uzoq muddatli barqaror rivojlanishni ta'minlash uchun samarali vositadir. Shu bilan birga, kompaniyalar innovatsion texnologiyalar va barqarorlik tamoyillarini uyg'unlashtirish orqali global turizm bozorida o'z o'rnini mustahkamlash imkoniga ega bo'ladi. Kelajakda tadqiqotlar raqamli ekotizimlarning yangi texnologiyalarini joriy etish va barqarorlik ko'rsatkichlarini yanada chuqurroq integratsiya qilish yo'nalishlariga qaratilishi lozim. Bu esa turizm sohasining barqaror va raqamli rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan Adabiyotlar:

1. Buhariy, M. (2023) ‘Barqaror turizm va raqamli transformatsiya: zamonaviy tendensiyalar’, Turizm va Innovatsiyalar, 12(3), pp. 45-59.
2. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2022) Sustainable Tourism and Digital Technologies. Madrid: UNWTO.
3. Smith, J. and Lee, A. (2024) ‘Artificial Intelligence in Tourism Marketing: Enhancing Customer Experience and Sustainability’, Journal of Tourism Research, 18(1), pp. 78-92.
4. Karimov, O. (2023) ‘Blokcheyn texnologiyasining turizm sohasidagi ekologik monitoringdagi roli’, O‘zbekiston Fanlari Akademiyasi Jurnali, 7(2), pp. 102-110.
5. Johnson, P. et al. (2023) ‘Virtual and Augmented Reality Applications in Sustainable Tourism’, International Journal of Digital Tourism, 5(4), pp. 120-135.
6. World Economic Forum (2023) Harnessing IoT for Sustainable Tourism. Geneva: WEF.

Research Science and Innovation House