

XALQARO BIZNESDA INFLUENSER MARKETING ORQALI TURIZM XIZMATLARINI TARG'IB QILISHNING SAMARALI MEXANIZMLARI

Rixsiyev Nusratilla Kudratillayevich

Bilim va ko'nikmalarni baholash markazi MCH mutaxassisi

Tel: +998994815515 Email: nusratilla.88@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-0777-9340>

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21902491>

Annotatsiya. Mazkur maqolada xalqaro turizm bozorida influencer marketingning zamonaviy marketing vositasi sifatidagi ahamiyati tahlil qilingan. Ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat yurituvchi kontent yaratuvchilar (influenserlar) orqali turistik yo'nalishlarni targ'ib qilishning afzalliklari, xorijiy tajribalar hamda O'zbekiston turizm sektorida ushbu marketing usulidan foydalanish istiqbollari o'rganilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, influencer marketing turistik brendning xalqaro tan olinishini oshirish, xorijiy turistlarni jalb qilish va turizm xizmatlari eksportini kengaytirishda samarali vosita hisoblanadi.

Kalit so'zlar: xalqaro biznes, turizm, influencer marketing, SMM, raqamli marketing, turizm eksporti, brending, ijtimoiy tarmoqlar.

Аннотация. В данной статье проанализировано значение инфлюенсер-маркетинга как современного маркетингового инструмента на международном туристическом рынке. Исследованы преимущества продвижения туристических направлений через создателей контента (инфлюенсеров), активно работающих в социальных сетях, рассмотрен зарубежный опыт, а также перспективы применения данного маркетингового подхода в туристическом секторе Узбекистана. Результаты исследования показывают, что инфлюенсер-маркетинг является эффективным инструментом повышения международной узнаваемости туристического бренда, привлечения иностранных туристов и расширения экспорта туристических услуг.

Ключевые слова: международный бизнес, туризм, инфлюенсер-маркетинг, SMM, цифровой маркетинг, экспорт туристических услуг, брендинг, социальные сети.

Abstract. This article analyzes the significance of influencer marketing as a modern marketing tool in the international tourism market. It examines the advantages of promoting tourist destinations through content creators (influencers) active on social media platforms, reviews international experience, and explores the prospects for applying this marketing approach in Uzbekistan's tourism sector. The findings indicate that influencer marketing is an effective instrument for enhancing the international recognition of tourism brands, attracting foreign tourists, and expanding tourism service exports.

Keywords: international business, tourism, influencer marketing, social media marketing (SMM), digital marketing, tourism exports, branding, social media.

Kirish. So'nggi yillarda raqamli kommunikatsiya vositalarining rivojlanishi natijasida marketing strategiyalarida sezilarli o'zgarishlar yuz bermoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda millionlab kuzatuvchilarga ega bo'lgan influenserlar iste'molchilarning xarid qilish va sayohat tanlash qarorlariga kuchli ta'sir ko'rsatmoqda. Natijada xalqaro turizm industriyasida influencer marketing alohida marketing yo'nalishi sifatida shakllandi.

Globalashuv va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi xalqaro biznesda turizm xizmatlarini targ'ib qilish usullarini tubdan o'zgartirmoqda. Xususan, katta ijtimoiy media auditoriyasiga ega influencer marketing xalqaro bozorda turizm mahsulotlari va xizmatlarini samarali targ'ib qilishning asosiy vositasiga aylandi. Ushbu yondashuv potensial sayyohlar bilan ishonchni mustahkamlashga, mamlakatning turizm jozibadorligini oshirishga va turizm eksportini kengaytirishga yordam beradi.

Bugungi turist reklama bannerlaridan ko'ra real sayohatchilar tajribasi, videobloglar va ijtimoiy tarmoqlardagi tavsiyalarga ko'proq ishonadi. Shu sababli turizm tashkilotlari mashhur kontent yaratuvchilar bilan hamkorlikni marketing strategiyasining muhim qismi sifatida ko'rmoqda.

O'zbekistonning tarixiy shaharlari, milliy madaniyati, gastronomiyasi va tabiiy maskanlari xalqaro auditoriya uchun katta qiziqish uyg'otadi. Ushbu salohiyatni dunyo bozoriga samarali olib chiqishda influencer marketingdan tizimli foydalanish mamlakat turizm eksportini rivojlantirishning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi[1].

Influencer marketing – bu ijtimoiy tarmoqlarda katta auditoriyaga ega shaxslar orqali mahsulot, xizmat yoki hududni targʻib qilishga asoslangan marketing usulidir. Turizm sohasida bu usul sayyohlik maskanlari, mehmonxonalar, milliy taomlar va madaniy tadbirlarni tabiiy hamda ishonchli tarzda namoyish etish imkonini beradi.

Bugungi kunda Instagram, TikTok va YouTube platformalari turizm marketingining eng samarali kanallaridan hisoblanadi. Sayohat blogerlari tomonidan tayyorlangan videolar millionlab foydalanuvchilarga yetib boradi va potensial turistlarda sayohat qilish istagini shakllantiradi. Ayniqsa qisqa videolar (Shorts, Reels va TikTok) yosh auditoriya orasida yuqori samaradorlikka ega.

Xalqaro tajriba shuni koʻrsatadiki, Turkiya, Birlashgan Arab Amirliklari, Tailand va Indoneziya turizmni rivojlantirishda mashhur blogerlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni yoʻlga qoʻygan. Ushbu davlatlar milliy turizm brendini targʻib qilish uchun professional media kampaniyalari, koʻp tilli kontent va xalqaro media hamkorlikdan foydalanmoqda[4].

Oʻzbekistonda ham soʻnggi yillarda Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz va Fargʻona vodiysining turistik salohiyatini targʻib qiluvchi videolar soni ortmoqda. Biroq xorijiy auditoriyaga moʻljallangan professional kontent, ingliz tilidagi media materiallar va xalqaro influencerslar bilan tizimli hamkorlik hali yetarli darajada rivojlanmagan.

Influencer marketingning yana bir ustunligi shundaki, u anʼanaviy reklamalarga nisbatan yuqori ishonch darajasini shakllantiradi. Turistlar reklama roliklaridan koʻra haqiqiy sayohat taassurotlari aks etgan videolarga koʻproq eʼtibor beradi. Shu sababli foydalanuvchilar yaratgan kontent (User Generated Content) ham zamonaviy turizm marketingining muhim tarkibiy qismiga aylanmoqda[5].

Bundan tashqari, sunʼiy intellekt asosidagi analitik platformalar yordamida auditoriyaning qiziqishlari, geografik joylashuvi va xulq-atvori tahlil qilinib, reklama kampaniyalarining samaradorligi oshirilishi mumkin. Bu esa marketing xarajatlarini optimallashtirish va investitsiya rentabelligini oshirish imkonini beradi.

Xulosa.

Xalqaro biznes sharoitida influencers marketing turizm xizmatlarini targʻib qilishning innovatsion va samarali vositalaridan biri hisoblanadi. Mazkur marketing usuli milliy turizm brendining xalqaro tan olinishini kuchaytirish, xorijiy turistlar oqimini koʻpaytirish va xizmatlar eksportini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Oʻzbekistonda ushbu yoʻnalishni rivojlantirish uchun xalqaro blogerlar bilan hamkorlikni kengaytirish, ingliz va boshqa xorijiy tillarda sifatli kontent yaratish, sunʼiy intellekt asosidagi marketing tahlillarini joriy etish hamda davlat va xususiy sektor oʻrtasidagi hamkorlikni mustahkamlash maqsadga muvofiqdir. Ushbu chora-tadbirlar mamlakatning xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Oʻzbekiston Respublikasi Turizm qoʻmitasi. Turizm sohasiga oid statistik va tahliliy hisobotlar.
2. Oʻzbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Turizm va xizmatlar sohasi statistik maʼlumotlari.
3. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 16th ed. Pearson, 2022.
4. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. 8th ed. Pearson, 2022.
5. Tuten T., Solomon M. Social Media Marketing. Sage Publications, 2023.
6. UN Tourism. World Tourism Barometer. 2024.
7. Organisation for Economic Co-operation and Development. Tourism Trends and Policies. 2024.
8. UN Trade and Development. Digital Economy Report. 2024.