

BUXORO VILOYATI TURISTIK MARKAZLARINI IJTIMOIIY TARMOQLARDA BREND SIFATIDA TARG'IB QILISH ISTIQBOLLARI

Jalolov Otabek Oybek o'g'li

Buxoro davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi

Turizm sohasi rivojlanishining hozirgi bosqichida an'anaviy metodlardan ko'ra, axborot texnologiyalari, dasturiy ta'minot xamda ijtimoiy tarmoqlar muhim o'rin tutadi. Texnologik taraqqiyot turizm faoliyatiga shiddat bilan kirib bormoqda, xususan, GPS navigatsiyasi xamda boshqa dasturlardan foydalangan holda mobil telefonlar uchun noyob multimedia qo'llanmalari ishlab chiqilmoqda va sayyohlarga taklif etilmoqda. 2024-yilda global turizm pandemiyadan oldingi darajaga to'liq qaytib, taxminan 1,4 milliard xalqaro sayyoh qayd etilgan. Bu oldingi yilga nisbatan 11 foizlik o'sishni anglatadi⁸.

Turistik biznes – kichik hamda o'rta tadbirkorlikning harakatlanuvchi yo'nalishi hisoblanadi. Turistik firma vakillari doimiy ravishda mijozlar bilan aloqada bo'lishlari, har qanday vaziyatni onlayn holatda, masofadan turib muvofiqlashtirishlari, tarmoqlar orqali berilayotgan savollar va qoldirilgan izohlarga imkon qadar tezroq reaksiya berishlari, so'nggi daqiqalargacha o'zgarishi mumkin bo'lgan talablarga ko'ra sayohatlar va ekskursiyalar yo'llanmalarini taklif qilishga tayyor bo'lishlari kerak. Bunda turistik agentliklarga maxsus ishlab chiqilgan mobil ilovalar muhim yordamchi bo'ladi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra hozirgi kunda dunyoda sayohatchilarning qariyb 75%i o'zlarining marshrutlarini onlayn platformalar orqali amalga oshirishni rejalashtirmoqdalar⁹.

Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarning turizm sohasiga ta'siri yildan-yilga kuchaymoqda. Sayohatchilarning 57 foizi sayohat rejalashtirish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi, ularning 62 foizi ijtimoiy tarmoqlardagi kontent asosida aniq sayohat qarorini qabul qilgan¹⁰. Ijtimoiy media sayohat manzilini tanlashda eng kuchli ta'sir ko'rsatuvchi omil sifatida tan olinmoqda (75%), bu televizion reklamalar (64%) va do'stlar tavsiyasidan (47%) ham samaraliroqdir¹¹.

Bugungi kunda sayohatchilar orasida mashhur bo'lgan platformalarga misol sifatida Agoda, Booking.com va AirBnB kabilarni kiritish mumkin. Shuni alohida ta'kidlash lozimki, ijtimoiy tarmoqlarning jamiyatga ta'siri ortidan, sayohat qilayotgan turistlarning 70%idan ortig'i ijtimoiy tarmoqlar orqali sayohatlarini boshqalar bilan bo'lishib borishadi. Bundan tashqari, 35% atrofidagi turistik sayohatlar ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan ma'lumot va tavsiya qilingan manzillar orqali amalga oshirilmoqda¹².

2024-yil boshida dunyo bo'ylab ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari soni 5,04 milliardga yetdi, bu dunyo aholisining 62,3 foizini tashkil etadi¹³. Ijtimoiy tarmoqlar turizm sohasida tobora muhimroq rol o'ynamoqda:

⁸ World Tourism Barometer, January 2025. Vol. 23, No. 1. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2025.23.1.1>

⁹ Tourism and Innovation. Colin Michael Hall, Allan M. Williams. New York, NY: Routledge, 2020. –p 480.

¹⁰ Social Media Usage Approach in Travel. <https://www.phocuswire.com/>

¹¹ 30+ Statistics on How Social Media Affects Travel. <https://photoaid.com/blog/how-social-media-affects-travel-statistics/>

¹² <https://adamosoft.com/blog/technology-in-tourism-reshaping-the-hospitality-industry/>

¹³ RSIS International (2024). Social Media's Influence on Tourists' Choice of Destination. International Journal of Research and Innovation in Social Science.

1-jadval

Ijtimoiy tarmoqlarning turizm sohasiga ta'siri (2024-yil)¹⁴

Ko'rsatkichlar	Foiz	Manba
Ijtimoiy tarmoqlar asosida sayohat manzilini tanlash	75%	Statista
Ijtimoiy tarmoqlardagi kontent asosida sayohat qarori	62%	Phocuswright
Sayohat rejalashtirish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish	57%	Phocuswright
Inflyuenserlar tavsiyasiga ishonish (Z avlod)	45%	HubSpot
Ijtimoiy tarmoqlarda ko'rgan kontentdan ilhom olish	86%	Passport Photo
TikTok tavsiyalari asosida sayohat bronlash (Yevropa)	71%	Condé Nast

Inflyuenser marketing sohasi jadal rivojlanmoqda. 2024-yilda inflyuenser marketing bozori hajmi 24 mlrd. dollarni tashkil etgan bo'lib, 2025-yilda 32,55 mlrd. dollarga yetishi prognoz qilinmoqda. Har bir sarflangan 1 dollar uchun o'rtacha 5,78 dollar daromad olinadi. Brendlarning 84,8 foizi inflyuenser marketingni samarali deb hisoblaydi¹⁵.

O'zbekistonda turizm sohasining jadal rivojlanishi kuzatilmoqda. 2024-yilda mamlakatga 8,2 million xorijiy fuqaro turizm maqsadida tashrif buyurgan [4]. Buxoro viloyati – UNESCO ro'yxatiga kiritilgan tarixiy shaharga ega bo'lib, O'zbekiston turizmining muhim markazlaridan biri hisoblanadi.

Bugunni kunda Buxoro viloyatida sayyohlarni jalbetish, ijtimoiy tarmoqlar orqali turizm brendini yaratish bo'yicha qator ishlar amalga oshirilmoqda. Ma'lumotlarga ko'ra, bugungi kunda Buxoro viloyatida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi firma va tashkilotlar soni 123 tani tashkil qilib, 95.300 ta sayyohlik yo'llanmalari sotilgan bo'lib, uning qiymati 26 997 960 mlrd. so'mni tashkil qildi, jami xizmat ko'rsatilgan ishtirokchilar soni 674 000 ming kishidan iborat¹⁶.

2-jadval.

2017-2024 yillarda Buxoro viloyatiga tashrif buyurgan turistlar dinamikasi¹⁷

Yil	Jami turistlar	Xorijiy turistlar	Mahalliy turistlar	O'sish (%)
2017	1 269 965	169 617	1 100 348	-
2018	2 512 038	301 538	2 210 500	+97,8%
2019	3 640 918	603 084	3 037 834	+44,9%
2020	249 927	13 325	236 602	-93,1%
2021	2 265 389	48 924	2 216 465	+806,4%
2022	3 513 794	552 652	2 961 142	+55,1%
2023	4 877 794	1 387 830	3 489 964	+38,8%
2024	5 755 525	1 745 200	4 010 325	+18,0%

Viloyatga tashrif buyurgan turistlarning umumiy soni 2017-yildagi 1 269 965 nafar kishidan 2024-yilda 5 755 525 nafar kishiga yetgan. Bu 8 yil ichida 4,5 barobar o'sishni anglatadi¹⁸ (2-jadval). Jadvaldan ko'rinib turibdiki, 2020-yil pandemiya tufayli turizm sohasiga og'ir zarba yetkazdi – turistlar soni 93,1 foizga qisqardi. Biroq 2021-yildan boshlab tez tiklanish jarayoni boshlandi va 2024-yilga kelib viloyat pandemiyadan oldingi

¹⁴ Turli tadqiqot natijalari asosida muallif tomonidan tuzilgan

¹⁵ Influencer Marketing Benchmark Report 2025. <https://influencermarketinghub.com/>

¹⁶ <https://buxstat.uz/uploads/press-reizlar/2024/cots/turizm.pdf>

¹⁷ Buxoro viloyati Turizm va madaniy meros boshqarmasining asosiy statistik ko'rsatkichlari asosida tuzilgan

¹⁸ Buxoro viloyati Turizm va madaniy meros boshqarmasining asosiy statistik ko'rsatkichlari asosida tuzilgan

ko'rsatkichlardan 58 foiz yuqori natijaga erishdi. Ayniqsa xorijiy turistlar sonidagi o'sish e'tiborga loyiq: 2017-yildagi 169 617 kishidan 2024-yilda 1 745 200 kishiga, ya'ni 10,3 barobar o'sish qayd etilgan.

Buxoro viloyatida turizm brendini ijtimoiy tarmoqlar orqali yaratish nafaqat zamonaviy kommunikatsiya vositalaridan samarali foydalanishni, balki madaniy merosni raqamli muhitda ifoda etishni ham nazarda tutadi. Bugungi kunda Instagram, TikTok, Facebook va Telegram kabi platformalar nafaqat axborot tarqatish, balki sayyohlar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqotni ta'minlash uchun muhim vosita sifatida xizmat qilmoqda.

Brendning ta'sirchanligi, avvalo, vizual kontent orqali namoyon bo'ladi. Buxoroning Ark qasri, Kalon minorasi, Labi Hovuz kabi tarixiy yodgorliklarini yuqori sifatli fotosuratlar va videolarda tasvirlab, ularni muntazam ijtimoiy tarmoqlarda tarqatish orqali virtual sayohat taassuroti yaratiladi. Bunday kontent nafaqat jozibali manzaralarni aks ettiradi, balki sayyohlarda havas uyg'otadi, ularni voqeiy sayohatga ilhomlantiradi. Ayniqsa, Instagram Reels va TikTok'da real vaqtdagi videolar yordamida turizm voqeliklarini his qilish imkoniyati yuzaga keladi.

Turizm brendining auditoriyada yaxshi tanilishida maxsus ishlab chiqilgan xeshteglar muhim rol o'ynaydi. Masalan, #VisitBukhara, #BukharaHeritage, #DiscoverBukhara kabi belgilar orqali ma'lum bir mavzular tagiga birlashgan kontent keng ommaga tarqatiladi. Shu bilan birga, hududiy yoki mavsumiy turizm kampaniyalari doirasida maqsadli auditoriyaga mo'ljallangan reklamali aksiyalar, yoshlar va oilaviy turizmga xos maxsus takliflar alohida natija beradi.

Sayyohlarning qiziqishlarini o'rganish va ularning fikrini inobatga olish maqsadida ijtimoiy tarmoqlarda interaktiv kontentlar, savolnomalar va fikr bildirish platformalari tashkil etish maqsadga muvofiq. Bunday usullar orqali sayyohlar ehtiyojlari o'rganiladi, kelgusi kontent strategiyasi aniq maqsadga yo'naltiriladi. Shuningdek, onlayn konkurslar va lotereyalar kabi faol tadbirlar orqali ham foydalanuvchilarni jalb qilish mumkin.

Buxoro turizmini kengroq auditoriyaga tanitishda inflyuenser marketingi alohida ahamiyat kasb etadi. Mahalliy va xalqaro bloggerlar, Instagram va YouTube inflyuenserlari orqali Buxoroga safarlar uyushtirilib, ular tomonidan tayyorlangan videobloglar, "vlog"lar va mavzuli kontentlar orqali brend ta'siri yanada mustahkamlanadi. Bu nafaqat ommaviy axborot, balki shaxsiy taassurotlar vositasidagi reklama shakli sifatida faol ishlaydi.

Jamoatchilik fikrini hisobga olgan holda, sayyohlarning ijtimoiy tarmoqlarda qoldirgan fikrlari, tavsiyalari va mulohazalari ham turizm rivojiga xizmat qiladi. Bu fikrlar sayyohlar uchun ishonchli axborot manbaiga aylanib, brendga nisbatan pozitiv imidj yaratishga ko'maklashadi. Shu bilan birga, TripAdvisor, Lonely Planet kabi xalqaro forum va platformalarda Buxoro haqidagi taassurotlar faol muhokama qilinayotgani ushbu hududning jozibadorligi ortib borayotganini ko'rsatadi.

Turizm tadbirlarini jonli efirda namoyish etish orqali ham raqamli auditoriyaga yaqinlashish mumkin. Facebook, Instagram va YouTube platformalari orqali o'tkaziladigan jonli translyasiyalar festivallar, ekskursiyalar va tarixiy obidalarni interaktiv shaklda namoyish etish imkonini beradi.

So‘nggi yillarda raqamli yordamchilar — ya‘ni chat-botlar ham muhim rolni o‘ynay boshladi. Telegram-dagi avtomatlashtirilgan botlar yoki veb-saytlardagi virtual yordamchilar orqali turistlarga yo‘l-yo‘riq, jadval, narxlar va xizmatlar haqida tezkor ma‘lumot taqdim etiladi. Bu esa xizmat ko‘rsatish sifatini yuqori darajaga ko‘taradi.

Umuman olganda, ijtimoiy tarmoqlar orqali Buxoro viloyatida turizm brendini shakllantirish nafaqat marketing strategiyasi, balki raqamli madaniy diplomatiya vositasiga ham aylanib bormoqda. Kontent sifati, inflyuenser ta‘siri, interaktiv aloqa va jonli muloqotning uyg‘unligi orqali Buxoro brendi dunyo maydonida o‘z o‘rniga ega bo‘la oladi.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali turizm brendini yaratish uchun yuqoridagi vositalardan foydalanish Buxoro viloyatining sayyohlar uchun targ‘ibotini kuchaytirish va bu yerga tashrif buyuruvchilarni jalb qilishga yordam beradi. Ijtimoiy tarmoqlar, yorqin vizual kontent, inflyuenserlar va raqamli kampaniyalar orqali Buxoro hududining sayyohlik salohiyatini jahon miqyosida tanitish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. 30+ Statistics on How Social Media Affects Travel. <https://photoaid.com/blog/how-social-media-affects-travel-statistics/>
2. Central Asia Tourism Boom. <https://www.travelandtourworld.com/>
3. Influencer Marketing Benchmark Report 2025. <https://influencermarketinghub.com/>
4. Social Media and Tourism: Key Statistics for 2024. <https://www.winsavvy.com/>
5. Social Media Usage Approach in Travel. <https://www.phocuswire.com/>
6. Social media use in travel and tourism — statistics & facts. <https://www.statista.com/>
7. The 2024 Influencer Marketing Benchmarks Report. <https://sproutsocial.com/>
8. Tourism and Innovation. Routledge, New York. 480 p.
9. World Tourism Barometer, January 2025. Vol. 23, No. 1. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2025.23.1.1>
10. Buxoro viloyati Turizm va madaniy meros boshqarmasining asosiy statistik ko‘rsatkichlari.