

Turizm sohasini innovatsion marketing asosida takomillashtirish

Abdijalalova Gulnar

QQDU magistranti

Annotasiya. Bu maqolada turizm sohasini innovatsion marketing asosida takomillashtirish yo‘llari haqida so‘z yuritiladi.

Kalit so‘zlar: xizmat ko‘rsatish bozori, xizmat, aymaq, marketing, turizm, mehmonxona xizmatlari, madaniy xizmatlar, maishiy xizmatlar, kommunal xizmat.

Аннотация. В данной статье говорится о путях совершенствования туристической сферы на основе инновационного маркетинга.

Ключевые слова: рынок услуг, сервис, регион, маркетинг, туризм, гостиничные услуги, услуги культуры, бытовые услуги, коммунальные услуги.

Abstract. This article talks about ways to improve the tourism sector based on innovative marketing

Key words: services market, service, region, marketing, tourism, hotel services, cultural services, personal services, utilities.

Turizm sohasini innovatsion marketing asosida takomillashtirish O‘zbekistonda turizm sohasi iqtisodiyotni rivojlantirishda eng muhim sohalaridan biri hisoblanadi. Shuning uchun ham O‘zbekiston Respublikasi mustaqillikka erishgandan so‘ng turizm sohasini rivojlantirishga katta e‘tibor berildi. Bu sohani rivojlantirish davlat tomonidan chuqur qo‘llab – quvvatlanmoqda. Mamlakatimiz Prezidentining 2016 yil 2 dekabrda —O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risidagi farmoni mamlakatimizda turizmni rivojlantirish va mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanishga xizmat qilmoqda [1].

O‘zbekiston sayyohlik ko‘lami va tarixiy qadamjolari ko‘pligi bo‘yicha dunyodagi yetakchi o‘n davlat qatorida turadi. Mazkur Farmon mamlakatimizda o‘tgan yillar davomida turizm sohasini rivojlantirish, sayyohlar oqimini ko‘paytirish, turistlarga sifatli xizmat ko‘rsatish bo‘yicha olib borilgan ishlarni yanada yuqori bosqichga olib chiqadi desak mubolag‘a bo‘lmaydi.

O‘zbekiston iqtisodiyotini rivojlantiruvchi eng muhim ustuvor yo‘nalishlardan biri bu – xizmatlar sohasi bo‘lib hisoblanadi. Hozirgi kunda xizmat ko‘rsatish sohasi o‘sish sur‘atlari, yangi paydo bo‘lgan xizmatlar turlari soni, bozor hamda iste‘molchilar ehtiyojlariga moslashish bo‘yicha muhim ahamiyatga ega bo‘lib bormoqda. Ushbu soha mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotidagi ulushi esa bugungi kunda 56 foizdan ziyodni tashkil etmoqda. Bugungi kunda Samarqandda yuzdan ortiq 60 mehmonxona va 88ta sayyohlik firmasi faoliyat ko‘rsatmoqda. Yildan-yilga ularning moddiy-texnik bazasi mustahkamlanib, zamon talablari darajasida yuqori sifatli xizmat ko‘rsatish imkoniyati kengaymoqda. Viloyatda turistik resurslardan oqilona foydalanish, ko‘rsatilayotgan xizmat turini ko‘paytirish va sifatini zamon talablariga moslashtirish borasida tizimli ishlar bajarildi. Yirik savdo va xizmat ko‘rsatish majmualari, milliy va zamonaviy uslubdagi restoran va choyxonalar, turli ko‘ngilochar maskanlar qurildi [2].

Respublikamizda xizmat ko‘rsatish sohasini bozor munosabatlarning shakllanishi va chuqurlashib borishi bilan yanada rivojlantirish, unda raqobat muhitini vujudga keltirish, hozirgi murakkab sharoitda kun tartibiga turli yangi va o‘ta muhim masalalarni qo‘ymoqda. Shuningdek, qayd etib o‘tilganlar qatorida turizm sohasidagi mehmonxona xo‘jaligini xizmatlarining sifat samaradorligini oshirish masalasi ham o‘ta muhim ahamiyat kasb etadi. Turizm sohasining taraqqiyoti iqtisodiyotning muhim tarmoqlari hisoblangan transport va aloqa xizmatlarining o‘shishiga, iste‘mol tovarlari ishlab chiqarishning kengayishiga, qurilish va qishloq xo‘jaligining yuksalishiga, shuningdek, tashqi savdo aylanmasiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi. Mamlakatimiz o‘zining mustaqil ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini amalga oshirish borasidagi iqtisodiyotni tarkibiy o‘zgartirish va diversifikatsiyalash strategiyalar zamirida turizm sohasini zamonaviy standartlar asosida shakllantirish, mahalliy turistik resurslarni yo‘naltirish, turistik komplekslarni tashkiliy va moddiy jihatdan ta‘minlash, infrastruktura va servis xizmatlarini yo‘lga qo‘yish, zamonaviy innovatsion marketing bilan qurollangan boshqaruv tuzilmalarini tashkil etish va muvofiqlashtirish, investitsiya va kadrlar resursi bilan ta‘minlash hamda muntazam takomillashtirib borish kabi vazifalar yotadi [3].

O‘zbekiston respublikasini modernizatsiyalash va iqtisodiyotni erkinlashtirishga qaratilgan rivojlantirish dasturlarida xizmat ko‘rsatish sohasini



xususan, turizmni rivojlantirish bilan bog‘liq bir qator rejalar amalga oshirilib kelinmoqda.

Turizm bozori qanchalik kengaysa, bu bozorda turistik mahsulotlar qanchalik ko‘paysa, o‘sha holatda bu bozordan turizm mahsulotlarini oluvchilar soni ko‘payadi. Turistik bozorda turistik mahsulotlarning ko‘payishi o‘sha bozor joylashgan mamlakatlarda turizm sohasining rivojlanganligini ko‘rsatadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida innovatsion marketing faoliyati mahsulot va xizmatlarga bo‘lgan talab va takliflarning bir-biriga to‘g‘ri kelishi uchun erkin va raqobatli almashuvdan iborat bo‘ladi. Turizm muhim xususiyatlari bo‘yicha xo‘jalik faoliyatining boshqa shakllaridan hech qanday farq qilmaydi. Shuningdek zamonaviy marketingning hamma mavjud xususiyatlari turizm ham to‘liq qo‘llanilishi mumkin [4].

Turistik firmalar samaradorligini oshirish masalasi dolzarb muammo bo‘lib qolmoqda. Ushbu masalaning yechimini ta‘minlashda innovatsion marketing faoliyatini takomillashtirish asosiy o‘rinni egallaydi. Turizm marketingida yangi bozor segmentlariga kirib borish, bozor sig‘imini oshirish, turizm bozorida raqobatda ustunligini yaratish turistik mahsulotni iste‘molchilarga yangicha taqdim qilish va iste‘molchilar diqqatini turistik mahsulotga jalb qilish asosiy vazifalardan sanaladi. Turizm faoliyat natijasini turistik mahsulot kasb etadi [5].

Turistik mahsulot - turistlarning u yoki bu talabini qondiradigan va ular tomonidan to‘lanadigan har qanday xizmat ko‘rsatish turi hisoblanadi. Turistik xizmatga mehmonxona, transport, ekskursiya, tarjima, maishiy - vositachilik va boshqa xizmatlar kiradi. Mehmonxona xizmatlari ishlab chiqarish va iste‘molida innovatsion marketing masalalari juda muhim rol o‘ynaydi. Sifatli xizmat ko‘rsatmaydigan mehmonxona korxonasi o‘zining asosiy maqsadlariga erisha olmaydi.

Turli mehmonxona korporatsiyalari rivojlanishining tarixi foyda marketingning mahsuli ekanligini ko‘rsatadi. Mehmonxona korxonasi oldida xizmat ko‘rsatish marketingini kerakli darajada saqlab turish, kamchiliklarni o‘z vaqtida bartaraf etish, xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish strategiyasini ishlab chiqish vazifasi turadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, mijoz mehmonxonaga yana kelish yoki kelmasligi unga ko‘rsatilgan xizmatning yaxshi yoki yomonligiga bog‘liq. Birinchi marta mehmonni yaxshi reklama, boy jihozlar yoki keng turdagi taomnomalar bilan jalb qilish mumkin. Ammo ikkinchi marta mehmon xodimlarning malakali ishlashi

va oldin unga ko‘rsatilgan xizmat sifatining yuqoriligi uchun keladi. Agar xizmat ko‘rsatish korxonasini uni rivojlanish dinamikasi nuqtayi nazaridan ko‘rib chiqsak, innovatsion marketing uning hayotiyiligiga eng katta ta‘sir ko‘rsatishini ko‘rish mumkin. Iste‘molchiga sifatli mahsulotni muvaffaqiyatli sotish korxonasi faoliyatining asosiy manbai hisoblanadi [6-7]. Mehmonxona korxonasi xizmatlarining marketingiga quyidagi omillar ta‘sir ko‘rsatadi:

1. Moddiy –texnika bazasining holati, ya‘ni : mehmonxona binolarning qulay rejalashtirilganligi va sifatli jihozlanganligi, jamoat va yashash xonalarining qulay mebel va uskunalari bilan jihozlanganligi, to‘liq komplektli yuqori sifatli choyshablar, zamonaviy oshxona jihozlari, qulay liftlar va h.k.

2. Xizmat ko‘rsatishning ilg‘or texnologiyasi. Bunga: jamoat va turar xonalarni tozalash tartibi va usullari; mijozlarni ro‘yxatga olish va ular bilan hisob-kitob qilish, restoran va barlarda ovqatlar va ichimliklarni tayyorlash retseptlari, savdo zallarida xizmat ko‘rsatish shakllari va boshqalar kiradi.

Mijozlarning xizmat marketingiga bo‘lgan talablarini doimiy o‘zgarishi va ko‘payishini e‘tiborga olgan holda mijozlarning barcha ehtiyojlarini va belgilangan standartlarga mos keluvchi sifatli xizmatlar ko‘rsatish muhim strategiya hisoblanadi. Turizm mintaqalari ham, alohida xizmat ko‘rsatish korxonalari ham iste‘molchi bilan munosabatda bo‘lish soddalashtirilgan holda, faqat xizmat ko‘rsatish texnologiyasi asosida amalga oshirilmasligi kerakligini tushuna boshladilar. Xizmat marketingi har doim ham iste‘molchilar, rahbarlar va katta xizmatchilarning o‘zini ham qoniqtirmaydi. Yuqori sifatli xizmat ko‘rsatishni ta‘minlovchi omil marketing strategiyasini tanlash hisoblanadi. Xizmat ko‘rsatish strategiyasini tashkil qilish uchun korxonasi rahbari eng avvalo tanlamoqchi bo‘layotgan bozor sharoitining mohiyatini anglab yetishi va bu sharoitda korxonasi qanday o‘rin tutishini anglamoqi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Xalmuratov, K., & Kamalov, U. B. (2023). MAMLEKET BYUDJETI QARJILARINAN NATIYJELI PAYDALANIWDI TAMIYNLEW JOLLARI. Educational Research in Universal Sciences, 2(5), 180-184.

2. Xalmuratov, K., & Kamalov, U. (2023). OCHIQ IQTISODIYOT SHAROITIDA INNOVATSION XIZMATLAR TURLARI RIVOJLANISHINING ILMIIY-NAZARIY ASOSLARI. GOLDEN BRAIN, 1(17), 138-143.

3. Халмуратов, К. П. (2021). Қорақалпоғистон республикасида хизматлар соҳасида давлат-хусусий шерикчилигининг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа докторлиги (PhD) диссертацияси. Нукус.

4. Стратегия развития инновационного управления промышленного комплекса Республики Каракалпакстан. **International Scientific Journal Theoretical & Applied Science Philadelphia, USA Issue 01, volume 91 published January 31, 2021. 379-387 стр**

5. Калмуратов Бахтияр Сейтмуратович, Бектурдиев Максет Бекбергенович ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ // Бюллетень науки и практики. 2021. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-innovatsionnoy-strategii-razvitiya-v-konkurentnoy-srede-stroitelnoy-industrii> (дата обращения: 07.03.2024).

6. Калмуратов Бахтияр Сейтмуратович ТЕНДЕНЦИИ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕГИОНА // Бюллетень науки и практики. 2021. №12. URL:

7. Калмуратов Бахтияр Сейтмуратович Приоритеты кластерного подхода в инновационной развитой строительной промышленности // Бюллетень науки и практики. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prioritety-klasterного-podhoda-v-innovatsionnoy-razvitoy-stroitelnoy-promyshlennosti> (дата обращения: 07.03.2024). <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-prioritetnye-napravleniya-razvitiya-promyshlennosti-regiona> (дата обращения: 07.03.2024).

Research Science and Innovation House