

МЕДИЦИНА, ПЕДАГОГИКА И ТЕХНОЛОГИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Researchbib Impact factor: 11.79/2023

SJIF 2024 = 5.444

Том 2, Выпуск 3, 31 Март

MARKETINGNING TURIZMDAGI AHAMIYATI

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti Turizm (faoliyat yo'nalishlari bo'yicha) yo'nalishi talabalari

Qarshiyev Asilbek Yoqub o'g'li

Boyqobilov Abdulla Nurmuxammad o'g'li

Berdiqobilov Asilbek Tog'aynazar o'g'li

Xolliyev Sardor Saidali o'g'li

Rustamov Sharofiddin Jurabek o'g'li

Annotatsiya: Ushbu maqolada marketingning turizmdagi ahamiyati yoritilgan.

Marketingning o'ziga xos jihatlari. Turizm sanoatining yuqori darajada raqobatbardosh bo'lishini hisobga olgan holda, yaxshi marketing muvaffaqiyatning asosi ekanligini qayd qilish. Turizm maskanlari turistlarni marketing xizmatidagi o'ziga jalb qila olmasligi yoritilgan.

Kalit so'zlar: Marketing, internet, axborot, investetsiya, istemolchi bozori, reklama

Turizm sohasiga hozirgi kunda dunyo aholisining ko'plab qatlami qiziqish bildirmoqda. Shuningdek, iqtisodning noishlab chiqarish tarmog'i sifatida jadal rivojlanmoda.

Albatta har bir inson yangi joylarni o'zi uchun kashf qilishni xohlaydi. Dunyo kezib yangi madaniyat, o'zgacha iqlimdan rohat olish maqsadida sayohat qilishadi. Insoniyat qiziquvchan bo'lganligi sababli doim o'zi uchun kreativ sayohatlarni kashf qilishni xohlashadi.

Internet va boshqa texnologiyalar rivojlanishi turizmga katta turtki bo'lishi bilan birga bu tizimdan foydalaniladigan turistlar har doim ham topilavermaydi. Shuning uchun ham televideniya va radio orqali turmahsulotlar reklamasi o'z qulayligini ko'rsatadi. Marketing sohasi turizmni rivojlantirish vositasi hisoblanadi. Axborot vositalarida reklama sifatli va aniq uzatilsa sayyohlar soni ortadi. Biz turizmni rivojlantirishga katta e'tibor berar ekanmiz ijtimoiy tarmoq, marketing kabi yo'nalishlarga e'tiborimizni yo'naltirmog'imiz darkor. Afsuski, bu sohalarda

МЕДИЦИНА, ПЕДАГОГИКА И ТЕХНОЛОГИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Researchbib Impact factor: 11.79/2023

SJIF 2024 = 5.444

Том 2, Выпуск 3, 31 Март

yutug'imiz maqtovg'a arzigulik emas. Mamlakatimizda turizm marketing sohasini rivojlantirish uchun bizga kerak bo'luvchi omillar:

- ko'pgina malakali mutaxassislar kerak.
- Davlat tomonidan turizmni qo'llab quvvatlash uchun turizmga oid turli xil video roliklar tanlovlarini e'lon qilish, blogerlarga mamlakatimizning so'lim go'shalariga borib video olishni topshiriq berish, mamlakatimizning turizm salohiyatini ochib beruvchi qisqa metrajli kinolarni suratga olishni topshiriq sifatida berish va uni xalqaro tanlovlarda ishtirok etishini taminlash kabilar orqali biz qaysidur ma'noda turizm marketing sohasini rivojlantira olamiz.

Turizm marketingning o'ziga xos jihati shundaki, xizmatlarga talab doimiy o'sib boradi, ammo iqtisodiy vaziyatning o'zgarishiga ma'lum darajada bog'liq.

Turistik kompaniya axborot makonida ishlaydi, shuning uchun unga yaxlit tizim asosida qanday ma'lumot kerakligini va uni qayerdan olish mumkinligini aniqlash kerak.

Ma'lum bir davrda ekspertlar, shahar madaniyati mahsuloti bo'lgan va jiddiy ijtimoiy-tartibga soluvchi salohiyatga ega bo'lgan reklama, jamiyatdagi turli jarayonlarga ta'sir ko'rsatuvchi, ijtimoiy-pedagogik va sotsial-madaniy vazifalarni bajaradigan muhim mexanizmlardan biriga aylanganini payqashdi. Asta-sekin, reklama jamiyatning qadriyatlari va standartlarini, individual va guruhning normalari va qoidalarini, hayot va iste'molning ideal modeli haqidagi jamoatchilik g'oyalarini shakllantira boshladi, shuning uchun uning ta'sirini, mavzusi va mohiyatini tahlil qilish muhim bo'la boshlaganini anglagan holda marketingni rivojlantirmog'imiz darkor. Reklama roli faqat belgilangan joyga tashriflarni rag'batlantirish bilan cheklanmaydi. Aksincha, bu manzilni potentsial sayohatchilarga ochib berishni, boradigan joyning ijobiy imidjini yaratishni va oxir-oqibat haqiqiy tashrifga olib keladigan manzilni tanlashni rag'batlantirishni o'z ichiga oladi. Turizm sanoati professional daromad olish uchun reklamani asosiy vositasi sifatida ishlatishi kerak. Har bir mamlakatda turizmni muvaffaqiyatli targ'ib qilish madaniy qadriyatlarga, reklama va uning qadriyatlarini tushunishga asoslangan. Professional reklamani mamlakat ichkarisida ham, tashqarisida ham iqtisodiy rivojlanishning muvaffaqiyatli vositasi sifatida ko'rish mumkin. Noto'g'ri, etarli bo'lmagan reklama mablag' va energiyani behuda sarflashi mumkin. Reklama beruvchidan maqsadli auditoriyani aniqlash kerak, bu esa sayyohlarni jalb qilish

МЕДИЦИНА, ПЕДАГОГИКА И ТЕХНОЛОГИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Researchbib Impact factor: 11.79/2023

SJIF 2024 = 5.444

Том 2, Выпуск 3, 31 Март

uchun mo'ljallangan reklama hajmiga qarab turizm, investitsiyalar va boshqa ijobiy xulq -atvorni oshiradi.

Shunday qilib reklama - bu sayyohlik joylari to'g'risida kerakli ma'lumotlarni berish, ularni sayohatga ishontirish uchun ishlatiladi. Aslida, reklama iste'molchilar bozoridan darhol javob olish maqsadida yozma ommaviy axborot vositalaridan (video va audio) foydalanib, sayohat va turizm sohasidagi turli iste'molchilarga xabar yuborishni o'z ichiga oladi. Reklama har qanday ishlab chiqaruvchi, sotuvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi tomonidan har qanday mahsulot yoki xizmat yoki g'oyani bo'lajak xaridorga taqdim etish bilan bog'liq barcha tadbirlarni o'z ichiga oladi. Reklama ma'lum xarajatlarni talab qiladi va ularni sotuvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi yoki reklama beruvchi ishlab chiqaruvchi yoki homiy sifatida xarajatlarni qoplaydi. mahsulot yoki xizmat yoki g'oya haqidagi o'ziga xos xabar reklama deb ataladi. har bir reklamada homiyning kimligi oshkor qilinadi. Reklamaning asosiy maqsadi - xaridorlarga mahsulot yoki xizmatning foydaliligi to'g'risida ma'lumot berish va shu orqali ularni sotib olishga undash. Reklama, shuningdek, har qanday yangi mahsulotga bo'lgan talabni yaratish,

Turizm sanoatining yuqori darajada raqobatbardosh bo'lishini hisobga olgan holda, yaxshi marketing muvaffaqiyatning asosi ekanligini qayd qilish kerak. Turizm maskanlari turistlarni marketing xizmatidagi o'ziga jalb qila olmaydi.

FOYDAKANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining —Кириш туризмни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» gi 2018 yil 6 fevraldagi ПҚ-3509-sonli Qarori.

3. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. —Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистан». -Т.:Узбекистан Миллий Энциклопедияси, 2016 й, 367 ст.

4. www.stat.uz – O_zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo_mitasi sayti.