

TURIZMDA MARKETING XIZMATINI TASHKIL ETISH

Maxmutov Jaloliddin

Toshkent Kimyo Xalqaro Universiteti Turizm yo‘nalishi

Toup-510U guruh talabasi

Sobitjanov Biloljon

Toshkent Kimyo Xalqaro Universiteti Turizm yo‘nalishi

Toup-510U guruh talabasi

Annotatsiya: Borgan sari o'zaro bog'langan va raqobatbardosh global bozorda turizm sanoati tashrif buyuruvchilarni jalb qilish, daromadlarni oshirish va kuchli brend mavjudligini o'rnatish uchun samarali marketing strategiyalariga tayanadigan jonli va dinamik sektor sifatida ajralib turadi. Turizmدا marketing xizmatlarini tashkil etish nafaqat biznes ichidagi funktsiya, balki butun dunyo bo'ylab turistik korxonalarining muvaffaqiyati va barqarorligini shakllantiradigan strategik imperativdir. Ushbu maqolada turizmда marketing xizmatlarini tashkil etish haqida ma'lumotlar berilgan.

Kalit so'zlar: turizm, marketing, sayyohlik agentliklari, mehmonxonalar, xizmat.

Аннотация: На все более взаимосвязанном и конкурентном глобальном рынке индустрия туризма выделяется как динамичный и динамичный сектор, который опирается на эффективные маркетинговые стратегии для привлечения посетителей, увеличения доходов и установления сильного присутствия бренда. Организация маркетинговых услуг в туризме – это не только функция внутри бизнеса, но и стратегический императив, определяющий успех и устойчивость туристических предприятий во всем мире.

Ключевые слова: туризм, маркетинг, турфирмы, гостиницы, сервис.

Abstract: In an increasingly interconnected and competitive global market, the tourism industry stands out as a vibrant and dynamic sector that relies on effective marketing strategies to attract visitors, increase revenue and establish a strong brand presence. The organization of marketing services in tourism is not only a function within a business, but also a strategic imperative that shapes the success and sustainability of tourism enterprises around the world. This article provides information about the organization of marketing services in tourism.

Keywords: tourism, marketing, travel agencies, hotels, service.

KIRISH

Turizm, sanoat sifatida, sayohatchilarning e'tiborini jalb qilish, sayr qilishni ilhomlantirish va doimiy ta'sir qoldiradigan unutilmas tajribalarni yaratish qobiliyatiga ega. Bu yerda marketing xizmatlari yo'nalishlarni targ'ib qilish, noyob takliflarni

namoyish qilish va auditoriya bilan mazmunli tarzda shug'ullanish orqali hal qiluvchi rol o'ynaydi. Hashamatli dam olish maskanlaridan ekologik toza mehmonxonalargacha, sarguzashtli sayohatlardan tortib madaniy tajribalargacha samarali marketing xizmatlari sayohatchilarni orzu qilgan manzillari bilan bog'laydigan va biznesning gavjum bozorda ajralib turishiga yordam beruvchi ko'prik bo'lib xizmat qiladi.[1]

ADABIYOTLAR TAHLILI VA TADQIQOT METODOLOGIYASI.

Turizm marketing xizmatlarini tashkil etish an'anaviy reklama va rag'batlantirish doirasidan tashqariga chiqadi. U yaxlit va ta'sirli marketing strategiyasini yaratish uchun bozor tadqiqotlari, strategik rejalashtirish, branding, raqamli marketing, hamkorlik va samaradorlikni o'lchashni birlashtiradigan yaxlit yondashuvni o'z ichiga oladi. Marketing sa'y-harakatlarini biznes maqsadlari va mijozlar ehtiyojlari bilan uyg'unlashtirgan holda, turistik korxonalar o'zlarini farqlashlari, brendga sodiqlikni shakllantirishlari va uzoq muddatda barqaror o'sishni ta'minlashlari mumkin. Sayyohlar qo'l ostidagi ko'plab ma'lumotlar va imkoniyatlarga ega bo'lgan bugungi raqamli asrda turizm marketing xizmatlarining roli yanada murakkab va qiyinlashdi. Turistik korxonalar dolzarb va raqobatbardosh bo'lib qolish uchun o'zgaruvchan iste'molchilarning xohish-istaklari, rivojlanayotgan texnologiyalar va rivojlanayotgan bozor tendentsiyalari orqali harakat qilishlari kerak. Bu turizm industriyasining dinamik landshaftiga moslasha oladigan va mijozlar kutganidan yuqori natijalarni taqdim eta oladigan yaxshi tuzilgan va tashkillashtirilgan marketing xizmati muhimligini ta'kidlaydi. Turizm marketing xizmatlarini tashkil qilishni chuqurroq o'rganar ekanmiz, biz mehmondo'stlik sanoatida muvaffaqiyatga olib keladigan asosiy komponentlar, strategiyalar va eng yaxshi amaliyotlarni o'rganamiz. Strategik marketing rejalarini ishlab chiqishdan tortib, ko'p kanalli taktikalardan foydalanish, hamkorlik o'rnatish, barqaror amaliyotlarni qo'llash va samaradorlikni o'lchashgacha biz turizm g'olib marketing xizmatini tashkil etuvchi muhim elementlarni ochib beramiz. Ushbu amaliyotlarni tushunish va amalga oshirish orqali sayyohlik korxonalarini doimiy rivojlanayotgan turizm bozorida o'sish, innovatsiyalar va uzoq muddatli muvaffaqiyatlar uchun o'zlarini joylashtirishlari mumkin.[2]

MUHOKAMA VA NATIJALAR.

Turizm sanoatining dinamik va raqobatbardosh muhitida samarali marketing muvaffaqiyatning asosi hisoblanadi. Turizm marketing xizmatlarini tashkil etish tashrif buyuruvchilarni jalb qilish, brendning ko'rinishini oshirish va turistik korxonalar uchun daromadlarni oshirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Yaxshi tuzilgan marketing xizmatining asosiy tarkibiy qismlarini tushunib, korxonalar o'zlarini sanoat yetakchilari sifatida ko'rsatishlari va butun dunyo bo'ylab sayohatchilar uchun unutilmas tajriba yaratishlari mumkin. Turizm har qanday muvaffaqiyatli marketing xizmatining zamirida aniq belgilangan strategik reja yotadi. Ushbu reja biznes

maqsadlarini, maqsadli bozorlarni, raqobat tahlilini va marketing harakatlarini boshqaradigan asosiy samaradorlik ko'rsatkichlarini belgilaydi. Marketing strategiyalarini umumiy biznes maqsadlariga moslashtirish orqali sayyohlik korxonalarini o'z auditoriyasida aks-sado beradigan va o'lchanadigan natijalarga olib keladigan yaxlit va ta'sirli kampaniyalarni yaratishi mumkin. Bugungi raqamli texnologiyalar asrida sayyohlik korxonalarini turli auditoriyani qamrab olish uchun onlayn va oflayn marketing kanallaridan foydalanishlari kerak. Ijtimoiy media va kontent marketingidan elektron pochta kampaniyalari va an'anaviy reklamagacha, ko'p kanalli yondashuv korxonalariga turli aloqa nuqtalarida mijozlar bilan muloqot qilish va o'z xabarlarini turli segmentlarga moslashtirish imkonini beradi. Ma'lumotlar tahlili va mijozlar tushunchasi kuchidan foydalangan holda, marketing guruhlarini o'zlarining marketing harakatlarini optimallashtirishlari va tashrif buyuruvchilarni jalb qilish va sodiqlikni kuchaytiradigan shaxsiy tajribalarni taqdim etishlari mumkin. Hamkorlik turizmda marketing xizmatlari muvaffaqiyatining kalitidir. Mahalliy korxonalar, sayyohlik kengashlari, ta'sir qiluvchilar va sayyohlik agentliklari bilan hamkorlik qilib, sayyohlik korxonalarini o'z qamrovini kengaytirishi, yangi bozorlarga kirishi va sayohatchilar bilan rezonanslashadigan innovatsion marketing kampaniyalarini yaratishi mumkin.[4]

Sohadagi manfaatdor tomonlar bilan mustahkam aloqalarni o'rnatish nafaqat jamiyat tuyg'usini uyg'otadi, balki birgalikda marketing tashabbuslari, qo'shma reklama aksiyalari va barcha ishtirokchilarga foyda keltiradigan o'zaro reklama tadbirlari uchun imkoniyatlarni ochadi. Borgan sari ongli dunyoda barqaror va mas'uliyatli turizm amaliyotlari muvaffaqiyatli marketing xizmati strategiyasining ajralmas qismiga aylandi. Atrof-muhitni muhofaza qilish, jamoatchilik ishtiroki va madaniyatni saqlashni birinchi o'ringa qo'yadigan sayyohlik korxonalarini bozorda o'zlarini farqlashlari, ekologik ongli sayohatchilarni jalb qilishlari va ijobiy brend obro'sini yaratishlari mumkin. Barqarorlikni marketing xabarlarini va tashabbuslariga qo'shish orqali korxonalar haqiqiy va axloqiy tajribaga intilayotgan sayohatchilarning o'sib borayotgan segmentiga murojaat qilishlari mumkin. Nihoyat, turizmda marketing xizmatini muvaffaqiyatli tashkil etish samaradorlikni o'lchash va doimiy takomillashtirishga intilish majburiyatini talab qiladi. Asosiy samaradorlik ko'rsatkichlarini kuzatish, marketing ko'rsatkichlarini tahlil qilish va mijozlardan fikr-mulohazalarni so'rash orqali korxonalar o'zlarining marketing harakatlarining samaradorligini baholashlari, o'sish yo'nalishlarini aniqlashlari va raqobatchilardan oldinda qolish uchun strategiyalarni ishlab chiqishlari mumkin. Doimiy o'rganish, moslashish va innovatsiyalar doimiy rivojlanayotgan turizmda dolzarb bo'lib qolish uchun zarurdir.[3]

Turizm industriyasida marketing xizmatini tashkil etish turizm korxonalarini va destinatsiyalarining muvaffaqiyati va barqarorligi uchun muhim ahamiyatga ega.

Samarali marketing strategiyalari nafaqat tashrif buyuruvchilarni jalb qilishga yordam beradi, balki tashrif buyuruvchilarning noyob takliflari va tajribasini targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi. Turizm marketing xizmatlarini tashkil etishning asosiy tarkibiy qismlarini tushunib, korxonalar o'zlarining ko'rinishini oshirishlari, yangi mijozlarni jalb qilishlari va pirovardida raqobatbardosh turizmning o'sishiga yordam berishi mumkin. Har qanday turizm biznesining negizi uning marketing xizmati bo'lib, u korxonadan taklif etilayotgan mahsulotlar, xizmatlar va tajribalarni ilgari surish strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish uchun javobgardir. Bu maqsadli bozorlarni aniqlash, bozor tadqiqotlarini o'tkazish, reklama materiallarini yaratish, reklama kampaniyalarini boshqarish va mijozlarning fikr-mulohazalarini tahlil qilishni o'z ichiga oladi. Maxsus marketing jamoasi korxonaning brend imidjini shakllantirish, mijozlar bilan muloqot qilish va samarali marketing tashabbuslari orqali daromad olishda muhim rol o'ynaydi. Turistik korxonada umumiy marketing strategiyasini qo'llab-quvvatlash uchun marketing vazifalarini bajarishda turli bo'limlar ishtirok etadi. Ushbu bo'limlar savdo, reklama, jamoatchilik bilan aloqalar, raqamli marketing va mijozlarga xizmat ko'rsatishni o'z ichiga olishi mumkin. Ushbu bo'limlar o'rtasidagi hamkorlik marketingga yaxlit va integratsiyalashgan yondashuvni ta'minlash uchun juda muhimdir, bunda har bir jamoa maqsadli auditoriyaga erishish, mahsulot va xizmatlarni ilgari surish va umumiy mijozlar tajribasini oshirishda o'ziga xos rol o'ynaydi. Turizm marketing xizmatini tashkil etish aniq maqsadlarni belgilash, rol va mas'uliyatni belgilash, resurslarni samarali taqsimlash va marketing tashabbuslarining muvaffaqiyatini o'lchash uchun asosiy faoliyat ko'rsatkichlarini belgilashni o'z ichiga oladi. Marketing faoliyati uchun tizimli asos yaratish orqali korxonalar jarayonlarni soddalashtirishi, jamoa a'zolari o'rtasidagi aloqani kuchaytirishi va barcha aloqa nuqtalarida brendlash va xabar almashishda izchillikni ta'minlashi mumkin. Bundan tashqari, texnologiya vositalari, ma'lumotlar tahlili va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlaridan foydalanish marketing harakatlarini optimallashtirish, samaradorlik ko'rsatkichlarini kuzatish va natijalarga erishish uchun ongli qarorlar qabul qilishga yordam beradi. Turizm marketing xizmatini tashkil etish hamkorlik, ijodkorlik va strategik rejalashtirishni talab qiluvchi ko'p qirrali jarayondir. Mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvni rivojlantirish, raqamli marketing tendentsiyalarini qabul qilish va o'zgaruvchan iste'molchilarning xatti-harakatlariga moslashish orqali turizm biznesi raqobatbardosh bozorda muvaffaqiyat qozonish uchun egri chiziqdan oldinda bo'lishi mumkin. Samarali marketing xizmati nafaqat korxonalariga tashrif buyuruvchilarni jalb qilish va daromad olishda yordam beradi, balki mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni mustahkamlaydi, destinatsiyaning sodiqligini oshiradi va turizm sanoatining umumiy o'sishi va barqarorligiga hissa qo'shadi.[5]

XULOSA.

Xulosa qilib aytish mumkinki, turizm marketing xizmatini tashkil etish ko‘rish, ijodkorlik va strategik rejalashtirishni talab qiluvchi dinamik va ko‘p qirrali jarayondir. Marketing strategiyalarini biznes maqsadlariga moslashtirish, turli marketing kanallaridan foydalanish, hamkorlikni rivojlantirish, barqaror amaliyotlarni qo‘llash va samaradorlikni o‘lchash orqali turistik korxonalar sayohatchilar bilan rezonanslashadigan, biznes o‘rnatishini rag‘batlantiradigan va turizm sanoatining umumiy muvaffaqiyatiga hissa qo‘shadigan ta‘sirli marketing kampaniyalarini yaratishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.

1.Tuxliyev I.S., Xaitboyev R., Tursunova G.R. Turizm asoslari. O‘quv-uslubiy murakkab. - Samarqand, SamISI, 2013. - 372 b.[1]

2.Qudratov G.H., Pardayev M.Q., Otoboyev R. O‘zbekistonda turizm salohiyati va uni rivojlantirishda davlat siyosatining asosiy yo‘nalishlari. // xizmat ko‘rsatish va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. - T.:Iqtisodiyot va moliya, 2008. - b. 61-70.[2]

3.Hayitboyev R., Sattarov A. Turizm marshrutini ishlab chiqish texnologiyasi. Samarqand, 2011 yil.[3]

4.Matyakubov U.R. —Ekologik vaziyatni hisobga olgan holda turizmning samaradorligi takomillashtirish yo‘nalishlari va istiqbollari mavzusida. nomzodlik dissertatsiyasining konspekti. – Samarqand, 2011. – 12 b.[4]

5.Halikulov A.N. —Mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatish sifati va samaradorligini oshirish imkoniyatlar dissertatsiya konspekti. Abstrakt. – Samarqand, 2010. – 25 b.[5]