

O'ZBEKISTON MEHMONXONALARIDA RAQAMLI MARKETINGNI O'RNI VA SHU YO'NALISHNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI, VUJUDGA KELUVCHI MUAMMOLAR USITDA TAKLIFLAR

To'lqinov Tohirjon

Komilov Bekzod

Toshkent Kimyo Xalqaro Universiteti

Turizm va xalqaro marketing

marketing bo'lim

Toshkent Kimyo Xalqaro Universiteti

Oqituvchisi: Nurmatova S.Sh

Anotatsiya: *Yurtimizga chet eldan tashrif buyurayotgan sayyohlar oqimi ko'payib borayotganligi sababli mehmonxonalarga bo'lgan talab ham ortib bormoqda. Ko'plab yurtimizdagi mehmonlar hamda chet ellik sayohatchilar mehmonxonalar va go'zal manzaralar haqida bexabar qolmoqdalar. Buning sababi raqamli marketingning turar joy turizmida e'tibor markazida emasligidir. Maqolani yoritib berishdan asosiy maqsad, ko'plab mehmonxonalarining o'z ijtimoiy-aloqadagi o'rniga e'tiborligi, balki ijtimoiy tarmoqda o'z web saytiga ega emasligi bu ko'plab chet-eldan tashrif buyurgan sayyohlarni va yurtimizdagi ko'plab manzarali joylar to'g'risida bexabar qolishlari, bundan tashqari hali-hanuz ko'plab mehmonxonalar raqamli marketingdan ko'ra an'anaviy marketingni afzal ko'rishlari, raqamli marketingni turar joy turizmida qanchalik ahamiyatga ega ekanligini yoritib otiladi.*

Kalit so'zlar:*Raqamli marketing, turizm, turistik yig'im, visual platforma, blog.*

KIRISH

Samarali marketing strategiyalari har doimgidan ham ko'proq mehmonxona biznesi muvaffaqiyati uchun muhim ahamiyatga ega, xoh siz mehmonxona ochsangiz, bron qilishni ko'paytirmoqchimisiz yoki brendingizni mustahkamlashni xohlasangiz. Shu nuqtai nazardan, raqamli marketing bu o'yinning nomi bo'lib, arzonligi va keng qamrovli imkoniyatlarga ega ekanligi bilan katta ahamiyatga ega. Dunyo aholisining qariyb 60 foizi, ya'ni 4,66 milliard kishi hozirda faol internet foydalanuvchilari hisoblanadi.(1-rasm) Ijtimoiy tarmoqlar portlashda davom etmoqda, 2015-yilda 2 milliarddan sal ko'proq faol foydalanuvchi bo'lgan deyarli 4 milliardga yaqin odam. O'zbekistonda internet foydalanuvchilari soni 31 mlndan oshdi, dedi Oliy Majlis Qonunchilik palatasida «Hukumat soati» doirasida so'zlagan axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vaziri Sherzod Shermatov. Uning so'zlariga ko'ra, internet foydalanuvchilarining katta qismi — 29,5 mlndan ortig'i (mamlakatning doimiy aholisi soni 36 mlndan ortiq) tarmoqqa mobil telefonlar orqali kirishadi.(2-rasm) Blog postlaridan tortib podkastlar, onlayn jurnallar, ilovalar, elektron kitoblar, qisqa shakldagi videolar va virtual reallikgacha mehmonxona va sayyohlik sanoati ilhomlantiruvchi va qiymat beruvchi kontent

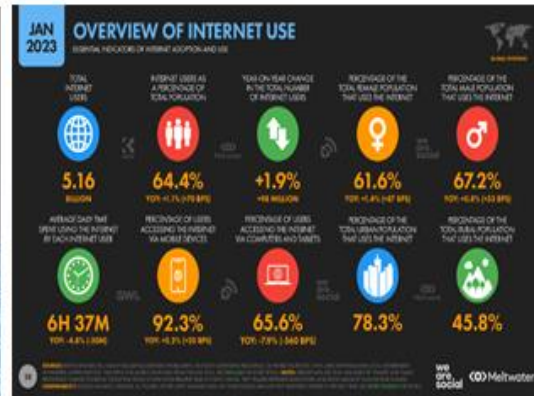
bilan yetakchilik qildi. Ajoyib kontent auditoriyangizni rivojlantirishga, mavjud mijozlar munosabatlarini rivojlantirishga, brendga sodiqlikni oshirishga va bronlarni ko'paytirishga yordam beradi.

Kontent marketingi odamlarni mijozlar sayohatining turli qismlarida qamrab olishi mumkin va yuqori sifatli kontent raqamli marketingning asosiy qismi hisoblanadi.



1-rasm

Dunyo aholisining qariyb 60 foizi, ya'ni 4,66 milliard kishi hozirda faol internet foydalanuvchilari hisoblanadi.



2-rasm

internet foydalanuvchilarining katta qismi 29,5 mlndan ortig'i tarmoqqa mobil telefonlar orqali kirishadi.

ASOSIY QISM

Mehmonxona (frantsuzchadan) - bu ma'lum miqdordagi xonalardan tashkil topgan, turar joy, yagona boshqaruvga ega bo'lib, xizmatlar to'plamini o'z ichiga oladi. Hozirgi vaqtda sayohatchilar sonining ko'payishi (savdo aloqalarining rivojlanishi, mustamlaka) mehmonxona sanoatining kengayishiga yordam berdi. Zamonaviy turdagi yirik mehmonxonalar 19 -asrda, sanoat inqilobi boshlanishi bilan shakllandi. Rossiyada birinchi mehmonxonalar - "kovaklar" ning o'tmishdoshlari o'rta asrlarda paydo bo'lgan. Ular bir -biridan otliq o'tish joyi masofasida joylashgan edi. XV asrda Yamskaya Prikazni boshqaradigan pochta stansiyalari tashkil etildi. XVIII asrda Moskva shtatida mamlakat bo'ylab ko'chib kelgan ko'plab savdogarlar uchun mo'ljallangan yashash xonalari, mehmon uylari va mehmonxonalar qurilgan. XVIII - XIX asrlarda sanoat ishlab chiqarishining o'sishi va savdo aloqalarining kengayishi munosabati bilan shaharlar aholisi o'sdi, yangi mehmonxonalar ochildi. 1910 yilda Rossiyada mehmonxonalar va mehmonxonalar soni hisobga olinmagan 4685 ta mehmonxona bor edi. Kambag'allarga boshpana va jihozlangan xonalar xizmat ko'rsatgan. Ularning barchasi xususiy shaxslarga tegishli bo'lib, tijorat korxonalar bo'lgan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoniga muvofiq O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi qaror qiladi: O'zbekiston Respublikasi hududida mehmonxona xizmati ko'rsatish tartibi to'g'risidagi namunaviy nizom ilovaga muvofiq tasdiqlansin. Ushbu Farmonga binoan davlatimizda mehmonxona

industriyasidagi rivojlanishi juda ham keskin darajada oshishuga sabab bo'ldi desak mubolag'a bo'lmaydi. Raqamli marketing korxonalariga moslashtirilgan xabarlar bilan kengroq auditoriyani qamrab olish imkonini beradi, bu esa mehmonlar bilan qolishdan oldin va keyin munosabatlarni o'rnatish imkonini beradi shuning uchun raqamli marketing an-anaviy marketingdan ko'ra ancha afvalroq. O'zbekistonda 2021-yilning 1-yanvar holatiga ko'ra 1,156 ta mehmonxona mavjud. Bu haqida Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlarida keltirilgan. Mavjud mehmonxonalarning eng ko'pi — 243 tasi Toshkent shahriga to'g'ri kelmoqda. Hududlar kesimida mehmonxonalar soni quyidagicha:

- Buxoro viloyati — 193 ta;
- Samarqand viloyati — 149 ta;
- Toshkent viloyati — 109 ta;
- Farg'ona viloyati — 98 ta;
- Xorazm viloyati — 82 ta;
- Qoraqalpog'iston Respublikasi — 60 ta;
- Qashqadaryo viloyati — 45 ta;
- Jizzax viloyati — 43 ta;
- Namangan viloyati — 36 ta;
- Navoiy viloyati — 34 ta;
- Surxondaryo viloyati — 29 ta;
- Andijon viloyati — 21 ta;
- Sirdaryo viloyati — 14 ta.

Ma'lumot uchun, 25-avgust kuni imzolangan "Umumiy ovqatlanish va turizm sohasini qo'llab-quvvatlashning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi Prezident qaroriga ko'ra, 2023-yil 1-sentabrga qadar turistik (mehmonxona) yig'imini hisoblash va to'lash to'xtatilgan.

| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| O‘zbekiston Respublikasi | 31,5 | 28,4 | 9,6 | 16,3 |
| Qoraqalpog‘iston Respublikasi | 16,1 | 19,5 | 9,5 | 15,8 |
| <i>viloyatlar:</i> | | | | |
| Andijon | 30,5 | 29,0 | 12,8 | 22,8 |
| Buxoro | 25,4 | 22,0 | 3,2 | 9,8 |
| Jizzax | 21,2 | 15,9 | 15,3 | 12,4 |
| Qashqadaryo | 24,4 | 20,2 | 14,1 | 12,3 |
| Navoiy | 35,4 | 21,3 | 10,2 | 15,1 |
| Namangan | 18,5 | 14,8 | 11,2 | 14,6 |
| Samarqand | 29,4 | 25,7 | 6,8 | 11,5 |
| Surxondaryo | 32,4 | 20,4 | 12,3 | 17,3 |
| Sirdaryo | 23,1 | 36,3 | 36,8 | 27,3 |
| Toshkent | 25,8 | 24,5 | 8,6 | 12,4 |
| Farg‘ona | 25,9 | 18,7 | 4,1 | 23,1 |
| Xorazm | 21,2 | 21,0 | 4,3 | 9,6 |
| Toshkent sh. | 41,6 | 40,8 | 13,6 | 21,7 |

3-rasm

2021-yil 1-yanvar holatiga mehmonxonalar va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida joylar fondidan foydalanish koeffitsienti 16,3 % yetdi, 2018- yilga nisbatan bu ko‘rsatkich 51,7 % kamaydi. Veb-saytingiz birinchi navbatda sayohatchilarni jalb qilishi kerak.

2021-yil 1-yanvar holatiga mehmonxonalar va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida joylar fondidan foydalanish koeffitsienti 16,3 % yetdi, 2018-yilga nisbatan bu ko‘rsatkich 51,7 % kamaydi. Veb-saytingiz birinchi navbatda sayohatchilarni jalb qilishi kerak.(3-rasm) Mehmonxonangiz boshqalardan ajralib turishini istasangiz, vizual hikoyalarga sarmoya kiritishingiz kerak. Odamlar kontentlarni yaxshi ko‘radilar, shuning uchun mehmonxonangizning noyob kontentingizni tomoshabinlar bilan baham ko‘ring va ularga brendingiz bilan bog‘lanishiga yordam bering. Yaxshi sifatli tasvirlar odamlarning e‘tiborini o‘ziga tortadi. Tegishli ma‘lumotlar veb-saytingizda ham ko‘zga ko‘rinadiganligiga ishonch hosil qiling. Sizning mijozingiz uni qidirish vaqtini yo‘qotishni tanlamaydi. Mehmonxonachi sifatida nafaqat xonalarni, balki tajriba sotasiz. Bu sayohatchilar veb-saytingizda ko‘radigan rasmlardan boshlanadi. Aslida, bu ularning sizning mehmonxonangiz bilan birinchi aloqasi. Shunday qilib, ular o‘zlarini uning bir qismi sifatida tasavvur qilishlari va tashrif buyurishni xohlashlari mumkin bo‘lgan jozibali, yuqori aniqlikdagi tasvirlardan foydalangan holda sur‘atini joylashtiring. Veb-

saytingiz uchun sifatli sur'atlar uchun professional fotografdan foydalanishingiz mumkin. Ko'proq va barqaror vizual oqim uchun siz foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentdan, ayniqsa ijtimoiy mediangiz uchun foydalanishingiz mumkin. Aniq va oson navigatsiya bilan birlashtirilgan sezgir veb-sayt ularni maxsus takliflar, sharhlar, aloqa ma'lumotlari, ijtimoiy media havolalari va eng muhimi - bron qilish mexanizmiga yo'naltirishi mumkin. Uning old va markazda ekanligiga ishonch hosil qiling, shuning uchun sayohatchilar uni o'tkazib yubormasliklari mumkin. Hozirda ko'plab mehmonxonalar texnologiyadan foydalanmoqda va bu maqsadda chatbotlar va sun'iy intellektni afzal ko'rmoqda. Chatbot sizning mijozlaringizni jalb qiladi va ularning barcha so'rovlariga darhol, 24/7 javob beradi va to'g'ridan-to'g'ri xona band qilish imkoniyatini oshiradi. Agar sizning mijozingiz xona band qilmasdan veb-saytingizni tark etsa, chatbot hali ham ism va elektron pochta kabi mijozlar ma'lumotlarini saqlab qoladi, sizning marketing guruhingiz kuzatish uchun foydalanishi mumkin. Ijtimoiy media sizga keng auditoriyaga erishish va ular bilan bevosita muloqot qilish uchun ajoyib imkoniyat beradi. Biroq, savol tug'iladi:

- Qaysi ijtimoiy media kanallarida bo'lishingiz kerak?
- Ijtimoiy tarmoqlar orqali kengroq auditoriyaga qanday erishasiz?
- Uning muvaffaqiyatini qanday baholaysiz?

Birinchiidan, har bir ijtimoiy media kanalida bo'lishingiz shart emas. Sizga mos keladigan bir yoki ikkitasini toping va kuchingizni ularga sarflang. Kuzatuvchilar e'tiborini jalb qilish uchun o'zingizning haqiqiy kontent baham ko'ring va har doim mehmonlaringiz va tashrif buyuruvchilaringiz bilan muloqot qiling. Brend hikoyangiz qo'llab-quvvatlash va maxsus takliflarni namoyish qilish uchun rasm va videolardan foydalaning. Lekin har doim xona band qilishni osonlashtiring.

Ikkinchiidan, har safar yangi ommaviy axborot vositalarini yaratishingiz shart emas. Siz kontentni kanal ehtiyojlariga mos ravishda o'zgartirishingiz mumkin. Bundan tashqari, agar siz o'zingizning mehmonxonangizning ishini ko'rib chiqsangiz, o'zingizning xodimlaringizning ko'plab yaratgan kontentlarini topasiz. Bu oshxonalarda, ziyofatda yoki kurortda sodir bo'lgan qiziqarli narsa bo'lishi mumkin. Haqiqiy kontentlar kuzatuvchilar tomonidan yaxshi qabul qilinadi. Vizual izchillik juda muhim. Ijtimoiy media muhim ahamiyatga ega, chunki u mijozlaringizga brandingiz bilan aloqa o'rnatishga va tarkibingizni baham ko'rish orqali boshqa potentsial mijozlarga kontentingizni kengaytirishga imkon beradi. Raqamli marketingning eng yaxshi tomoni shundaki, hamma narsani rejalashtirish va o'lchash mumkin. Bu sizga ma'lumotlarni tahlil qilish va raqamli marketing strategiyalaringiz samaradorligini o'lchash imkonini beradi, shuning uchun kelajakda aqlli qarorlar qabul qilishingiz mumkin. Raqamli marketingning yaxshi strategiyasi vaqtingizni ko'p sarflashingizni oldini oladi, ta'sir doirangizni kengaytiradi, ko'proq mijozlarni bevosita jalb qiladi va to'g'ridan-to'g'ri sotishga imkoniyatingizni oshirishga yordam beradi. Siz mijozlaringizni tinglaysizmi? Haqiqatan ham ularni tinglaysizmi? Ularni olasanmi bortdagi fikrlar, g'oyalar va tanqidlar va ularga sizning fikringizni bildirishga imkon bering. Agar shunday qilsangiz, sizning biznesingiz

oldinga o'tib ketadi. Marketologlar ma'lum bir xabarni oldindan belgilashmaydila. Ular oldin bozor iqtisodiyotini o'rganib maqsadli auditoriyaga bo'lib keyin bir qarorga kelishadilar. Bozor tadqiqotlari orqali, iste'molchilar so'rovlari, fokus-guruhlar va shunga o'xshashlar - lekin umuman marketing tabiatan "mahsulotni ko'rsatish va aytib berish"ga moyil bo'lib, iste'molchining roli passivdir, sotuvchi tomonidan sotilgan ma'lumotni oluvchi hisoblanadi.

Eng mashhur platformalar:

Facebook: 2,79 milliard oylik faol foydalanuvchilari bilan hali ham eng mashhur platforma bo'lib, Facebook sizga ma'lumot almashish, mehmonlar bilan muloqot qilish va tadbirlar yaratish imkonini beradi.

Instagram: Ommabop vizual platforma bo'lib, u xayolparast joylar va shinam lobbilarni ko'rsatish va mehmonlar va ta'sir o'tkazuvchilarni xuddi shunday qilishga undash uchun juda mos keladi.

Twitter: Yangilanishlar, muloqotlar va suhbatlarni qisqa va tezkor tvit qilish.

Youtube: Mehmonxonalar va mehmonlarga ma'lumot beruvchi va ilhomlantiruvchi video kontent yaratish imkonini beradi.

Pinterest: brendingizning rasmini yaratish uchun yana bir vizual platforma.

TikTok: Oyiga 689 million faol foydalanuvchiga ega video almashish ilovasi, ya'ni 34 yoshgacha bo'lgan auditoriyaning yarmidan ko'pi hisoblanadi.

Whatsapp: 2 milliard foydalanuvchiga ega ushbu silliq xabar almashish platformasi mehmonlar bilan muloqotni yangi cho'qqilarga olib chiqishi mumkin.

Tadqiqot metodologiyasi: Ushbu maqolaning yo'nalishini nazariy-uslubiy jihatdan tadqiq etilgan bo'lsa, turizm bo'yicha tayyorlanayotgan kadrlarning zamonaviy holatini tahlil qilishda, muammo va rivojlanish istiqbollari o'rganishda analiz va sintez usulidan foydalanilgan.

Xulosa va takliflar: Ushbu maqolada raqamli marketingning an-anaviy reklamalardan muhimligi tahlil qilindi va takliflar berildi. O'z veb saytlarida qanday qilib sayyohlarni o'ziga jalb qilish va qanday kontentlar joylashtirish haqida ma'lumotlar berildi.

- Tashrif buyurmoqchi bolgan har bir mexmonga qulayliklar yaratish.
- Har xil turdagi hozirgi kundagi dolzarb bo'lgan kontentlar yaratib mexmonlarni o'ziga jalb qilish.
- Online platformada faol bo'lish va video, rasm kontentlarni mavsumga qarab almashtirib keladigan mijozlarni kontentlar bilan o'ziga jalb etish.
- Har xil turdagi online platformalar orqali raqamli marketingni yo'lga qoyish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA ELEKTRON RESURSLAR:

1. <https://www.gazeta.uz/oz/2022/12/15/internet-users/>
2. <https://fayllar.org/1-1-bob-mehmonxona-tushunchasi-uning-tarixi.html>
3. <https://lex.uz/docs/-4344608>
4. <https://daryo.uz/2021/09/23/ozbekistonda-mehmonxonalar-soni-qanchaga-yetgani-malum-qilindi/>
5. <https://www.ascdegreecollege.ac.in/wp-content/uploads/2020/12/Understanding-Digital-Marketing.pdf>
6. Understanding Digital Marketing p-150