



БУХОРО ВИЛОЯТИ ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МАРКЕТИНГНИНГ АЙРИМ МАСАЛАЛАРИ

Сирожева Мадина Иззатовна

Осиё Халқаро Университети магистранти

Аннотация: Мақолада Бухоро вилояти туризмини ривожлантиришда маркетинг фаолиятининг роли, уни мукаммаллаштириш муаммолари, уларни бартараф этиш йўллари ва имкониятлари ҳақида маълумотлар берилган.

Калит сўзлар: Туризм, халқаро ва ички туризм, маркетинг стратегияси, фойдани максималлаштириш, “4P” ва “5P” концепциялари, реклама.

Аннотация: В статье рассматриваются некоторые вопросы, касающихся развития туризма в Бухарской области, описываются некоторые проблемы и пути их решения.

Ключевые слова: Туризм, международный и внутренний туризм, стратегия маркетинга, максимизация прибыли, концепции “4P” и “5P”, реклама.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Республика туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисидаги ПҚ-135-сонли Президент қарори 2023 йилнинг 26 апрелида қабул қилинди. Қарорга мувофиқ,

-худуднинг туризм салоҳиятини ўрганиш, худуд ва унинг тарихи, туристик объектлари ва ўзига хос хусусиятлари тўғрисида турли тилларда контентлар яратиш, уларни тарғибот қилиш ҳамда турпакетлар яратишда ёрдам кўрсатиш;

-назарий билим ва амалиётнинг уйғунлигини таъминлаган ҳолда профессор ва ўқитувчиларнинг изланишлари, талабаларнинг туризм соҳасидаги назарий билимларини амалиётда қўллаш имкониятларини кенгайтириш;

-худудлардаги аҳоли томонидан туризм хизматларини кўрсатиш сифатини яхшилаш ҳамда кадрларнинг малакасини оширишда кўмаклашиш каби чора-тадбирлар сифатини оширишга эътибор қаратилиши лозимлиги таъкидланди.

1-жадвал

2023 йилда республика миқёсида туризмни ривожлантиришнинг мақсадли кўрсаткичлари

Т/р	Худуд номи	2023 йилда хорижий туристлар ташрифи режаси (минг нафар)	2023 йилда маҳаллий туристлар ташрифи режаси (минг нафар)	Туроператор/ турагентлар сони	Жойлаштириш воситалари сони



				2023 йил 1 январь ҳолатига	2023 йилга режа	2023 йил 1 январь ҳолатига	2023 йилга режа
Республика бўйича		10000	20000	1838	115	4941	782
1.	Қорақалпоғистон Республикаси	112	1 044	51	2	93	14
2.	Андижон вилояти	154	1 625	74	10	119	24
3.	Бухоро вилояти	1 262	1 065	119	6	469	64
4.	Жиззах вилояти	140	806	10	2	192	32
5.	Қашқадарё вилояти	210	1 822	22	1	305	31
6.	Навоий вилояти	140	690	25	4	177	42
7.	Наманган вилояти	154	1 627	62	10	583	57
8.	Самарқанд вилояти	2 104	2 308	197	15	496	79
9.	Сурхондарё вилояти	56	1 579	39	6	212	44
10.	Сирдарё вилояти	56	452	11	2	39	11
11.	Тошкент вилояти	421	1 440	59	10	1 075	217
12.	Фарғона вилояти	421	2 645	76	15	301	44
13.	Хоразм вилояти	561	977	66	12	188	39
14.	Тошкент шаҳри	4 209	1 920	1027	20	692	84

Юқорида берилган маълумотларга мувофиқ, 2023 йилда Ўзбекистон Республикасида 10 млн нафар хорижий турист ва 20млн нафар маҳаллий туристларга хизмат кўрсатиш режалаштирилган. Эътиборли жиҳати шундан иборатки, 2023 йилда туристлар ташрифларни ташкил этилиши режасида Самарқанд вилоятидан (4412 нафар турист) сўнг иккинчи ўринда Бухоро вилояти (2337 нафар) турибди. Турагентлар ёки туроператорлар сони 2022 йилда 119 та ни ташкил этган бўлса, 2023 йилда улар сони яна бтага қўпайиши ва 125 тага етказилиши режалаштирилган.

Албатта, Ўзбекистон Республикаси режалаштирилган миқдордаги турстларни қабул қилиш салоҳиятига эга. Бироқ, асосий масала- бу туристик салоҳият борасида маркетинг, яъни туризм бозорини таҳлил қилиш, талабни ўрганиш, талабни қондириш ва талабни янгилаш бўйича маълумотлар тўпламига эга бўлишдир.

Туризм маркетинги- бу мураккаб жараён бўлиб, туристик хизматлар кўрсатувчи сайёҳлик фирмаларининг замонавий маркетинги юқори даражадаги хизматлар тизимини ишлаб чиқиш, уларга жозибador нарх белгилаш ва мақсадли бозор истеъмолчиларини жалб қилишдан кўпроқ нарсани аниқлатади. Фирмалар шу билан биргаликда, мавжуд ва потенциал миқдорлар билан узлуксиз алоқаларга эга бўлиши керак. Ҳар қандай фирма каби туристик фирмалар ҳам маркетинг фаолиятида 4 йирик вазифани ҳал этишлари керак:

- ✓ Товар таҳлилинини амалга ошириш;
- ✓ Нарх таҳлилинини амалга ошириш;
- ✓ Савдо таҳлилинини амалга ошириш;
- ✓ Товари ҳаракатлантириш тизимини ўрганиш.



Маркетинг комплекси маркетинг тадқиқотларининг натижалари асосида ишлаб чиқилади, бунда эса макро ва микромиқёс, бозор ва ўз имкониятлари тўғрисидаги маълумотлар таҳлилига таянилади.

Саноат ишлаб чиқаришида маркетинг стратегиясини яратишда одатда маркетинг мажмуасининг “4 та Пи” деб номланувчи элементлар йиғиндисини қўллашади:

- ✓ **Товар**- Product;
- ✓ **Нарх**- Price;
- ✓ **Тақсимот каналлари**-Place
- ✓ **Ҳаракатлантириш**- Promotion .

Замонавий маркетингда 5-элемент- **кадрлар** –Personal ҳам катта аҳамиятга эга бўлиб бормоқда.

Асосий мақсад эса- компаниянинг рақобатбардошлик хусусиятларини таъминлаш, мустаҳкам бозор позициясини ўзлаштириб олишдир.

Туристлик хизматлар маркетинг хизматга нарх ўрнатиш, савдо каналлари ва истеъмолчиларни ахборот билан таъминлаш каби анъанавий қарорлар чиқаришдан ташқари, истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш жараёнини таъминлаши, ходимларни сифатли хизмат кўрсатишга мотивациялаш, хизмат кўрсатиш амалга ошадиган моддий жараённи ташкил этиши ҳам зарур.

Биз ишлаб чиқадиган ҳаракат стратегияси асосан тўртта таъсир этиш воситаларидан ташкил топади:

- ✓ Реклама;
- ✓ Савдони рағбатлантириш усуллари;
- ✓ Паблицити ва омма билан муносабатлар;
- ✓ Шахсий сотиш технологиялари..

Туризм бозорида тижорат фаолиятининг омади авваламбор, туристик маҳсулотнинг жозибadorлиги билан белгиланади. Бухоро вилояти туризмида туристик маҳсулот каторига қуйидагиларни олади:

- ✓ Турли тарихий ёдгорликлар, архитектура ёдгорликлари, бино-иншоотлар;
- ✓ Табиий ресурслар, иқлим шароити, сув ресурслари, қуёш, чўл зоналари, ландшафт ва ҳоказолар;

- ✓ Маданий ресурслар- асарлар, халқ оғзаки ижодиёти, турли авлиё-анбиёлар тўғрисидаги ривоятлар, диний қадриятлар, фольклор, таълим имкониятлари;

- ✓ Жиҳозлар – туристларни кўчириш воситалари, дам олиш учун жиҳозлар, спорт жмҳозлари ва ҳоказо

- ✓ Ҳаракатланиш имкониятлари туристлар томонидан фойдаланиладиган транспорт воситалари. Бунда имкониятлар ҳаракатланиш тезлигидан эмас, балки иқтисодий жиҳатдан қулай эканлиги билан баҳоланади.

Туристлик маҳсулот таҳлилида “Турист айнан қандай неъматларни сотиб олади?” деган саволга аниқ жавоб топиш керак бўлади. Турнтлик ёки туроператорлар туристик



махсулотларни таклиф этишда авваламбор, бозор талабини ўрганиб чиқишлари, сўнг эса уни қониқтирадиган хизмат кўрсатиш ва ҳаракатлантириш чораларини кўришади.

Туристтик хизматлар нархи ҳам катта аҳамият касб этади ва нарх белгилашнинг ўзи қуйидаги омиллардан бевосита боғлиқдир:

- Талаб ва таклиф нисбати
- Рақобатчилар нархларининг даражаси ва ўзгариш кўрсаткичлари;
- Давлатнинг таъсири
- Истеъмолчилар сони, диди, даромади, турмуш даражаси, туристик

хизматлардан кутадиган натижалари ва ҳоказолар.

Албатта, туристик фирмалар фақат хизмат кўрсатишгина эмас, балки, ўз фойдаларини ҳам максималлаштириш имкониятларини қўллашади. Улар учун жорий сарфлар доимий сарфлардан кўра каттароқ аҳамиятга эга бўлади. Бунда туристик фирмалар икки йилдан боришади:

1. Харажатларни оптималлаштириб, фойдани максималлаштириш

2. Юқори сифатли хизмат кўрсатиб, юқори нарх ўрнатиш ва фойдани қўпайтириш.

Хизматларни товар сифатида ҳаракатлантириш учун юзлаб усулларни қўллаш мумкин. Жумладан,

- компания ходимларини турлича рағбатлантириш, бонуслар белгилаш, мусобақалар уюштириш каби;
- компания белгиси туширилган сувенирлар (календарь, ручка, идиш каби) ишлаб чиқариш;
- савдо ярмаркалари ташкил этиш, ўз товарларини ишбилармонлар доираларида тушлик, давра суҳбати кабиларда тақдимот қилиш;
- ёзма маълумот бериш;
- ҳамкорликдаги лойиҳалар (ташкилий ва молиявий қўллаб-қувватлаш);
- ташқи рекламага урғу бериш кабиларни қўллаш мақсадга мувофиқ.

Юқоридагиларни инobatга олиб, Бухоро вилоятида туризмни ривожлантиришда маркетинг фаолиятини ривожлантириш борасида қуйидаги масалаларга эътибор қаратиш лозим, деб ҳисоблаймиз:

1. Бухоро вилоятида туристларни 3 кун эмас, балки камида 6 кунлик турларини тўғри ташкил этиш лозим. Бунда нафақат турли тарихий ёдгорликларга саёҳат уюштириш, балки, шу билан бирга замонавий туристик ресурслардан фойдаланиш имкониятларини ошириш керак. Жумладан, Бухоро вилоятида ташкил этилган турли агрокластер ташкилотларига саёҳатларни уюштириб, замонавий қишлоқ хўжалик соҳаси ютуқлари билан таништириш мумкин;

2. Олий ўқув юртлири, техникумлар ва бошқа таълим муассасаларига ҳам экскурсиялар ташкил этиш муҳимки, бу жараён кўпчилик туристлар учун қизиқ бўлиши мумкин. Чунки, Бухоро вилоятига келувчи сайёҳлар асосан маърифий саёҳатни маъқул кўришади.



3. Музейлар фаолиятини маркетинг тадқиқотлари ўтказиш асосида ташкил этиш лозим. Музейлар ходимларини ҳам малакаларини ошириб бориш, ўз устида ишлашлари учун шароит яратиб бериш керак.

4. Фикримизча, Бухоро туристик салоҳияти ҳақида айнан бухоролик мутахассислар, жумладан, актёрлар хизматидан фойдаланган ҳолда, реклама роликлари ишлаб чиқиб, интернет, телевидение, оммавий матбуот нашрларида уларни амалга ошириш учун молиявий ресурсларни аямаслик керак.

5. Албатта, туризм соҳасида фаолият юритувчи маркетингларни тайёрлайдиган Олий таълим муассасалари фаолиятини ташкил этиш керак. Ёхуд, бу фаолият билан шуғулланиш учун қисқа муддатли ўқув курсларини ҳам ташкил этиш мумкин. Бундай ўқув курсларига олий маълумотли кадрларни жалб этиш ва уларга қўшимча сертификат беришни ташкил этилса, жуда катта муваффақиятларга эришамиз.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 26 апрелдаги ПҚ-135-сон қарори.
2. Р.Раджаманнап. Квантовый скачок маркетинга. М.: Эксмо, 2021.- 256 с.