

**BIZNES TURIZMIDA MARKETING DASTURLARI****Ikramova Dilnoza**

Master Student of KIUT Samarkand Branch

<http://Dilnozaikromova1001gmail.com>**Ergashev Shokhrukh Jamolovich**

student Samarkand agroinnovations

and research university

amirtemur891@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada biznes turizmida marketing dasturlari bo'yicha muallif tomonidan o'rganishlar olib borilgan hamda ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan. Shuningdek O'zbekiston sharoitida turizmni rivojlantirish haqida so'z yuritiladi. Biznes turizmida marketing dasturlari haqida xorijiy va milliy tajriba o'rganilib xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Biznes turizmi, turistik xizmat, turizm xizmatlar bozori, turistik marketing, turmahsulot.

Abstract: In this article, the author conducted studies on marketing programs in business tourism and developed scientific and practical proposals and recommendations. It also talks about the development of tourism in the conditions of Uzbekistan. Foreign and national experience of marketing programs in business tourism was studied and conclusions and proposals were developed.

Key words: Business tourism, tourist service, market of tourism services, tourist marketing, tourist product.



O‘zbekistonning jahon bozorida mustahkam o‘rin egallashi hamda milliy iqtisodiyotning barqaror va mutanosib rivojlantirish bevosita hududlarda turistik majmualarni shakllanishi va ularning raqobatbardoshlik darajasiga bog‘liq. Jahon iqtisodiyotining tobora globallashtirib borayotganligi har qanday konyunkturaviy o‘zgarishlarga qarshi tura oladigan, ichki va tashqi iqtisodiy ta’sirlarga tezlik bilan moslasha oluvchi hamda raqobatbardoshlikni ta’minlovchi turistik majmualarni rivojlantirish dolzarb masalalardan biriga aylantirdi. Bu esa turistik majmua faoliyatida innovatsion boshqaruv mexanizmlarini rivojlantirish va ularni ishlab chiqarish jarayoniga keng joriy etish, mahsulot hamda xizmat turlarini muttasil yangilab va takomillashtirib borishni taqozo etmoqda. ¹

Shu nuqtai nazardan, Mamlakatimiz Prezidenti Sh. Mirziyoyevning “2022 — 2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida” gi 28.01.2022 yildagi PF-60-sonli farmonida «O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qiling» dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish, to‘siqsiz turizm infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilish, 2026 yilgacha turizm sohasida band bo‘lgan aholi sonini 2 baravar oshirib, 520 ming nafarga yetkazish va turizm va madaniy meros obyektlari infratuzilmasini rivojlantirish hamda 8 mingdan ortiq madaniy meros obyektlaridan samarali foydalanish bo‘yicha davlat dasturini qabul qilish kabi dolzarv vazifalarni amalga oshirishda turistik majmualar faoliyatini rivojlantirish orqali belgilangan vazifalarni hal qilish strategiyasini ishlab chiqish zarurligini ta’kidlashi o‘ta muhim ahamiyat kasb etdi.

Metodologiya:

V.A.Aleksunin² ta’kidlashicha, turizm marketingi - bu turistik korxona tomonidan daromad olish va mijozlarning ehtiyojlarini qondirish maqsadida rekreatsiya bozorida doimiy

¹ Turizmning O‘zbekistondagi faoliyati: Oybek Akhmadjonov Botirbek Abdug‘afforov “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali Tadqiqotchi Jurnali, 2(2), 105-107.

² Алексунин В.А. [и др.]. (2009) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»



ravishda taklif qilinadigan xizmatlar tizimi. Bunday korxona faoliyati tizimiga quyidagilar kiradi: xizmatlarni loyihalash, ularning tashkiliy asoslarini ishlab chiqish (ishlab chiqarish jarayoni va xizmatlarni sotish o'rtasidagi munosabatlar), reklama faoliyati, xizmatlarni sotish.

V.A.Aleksuninning ta'kidlashicha, savdoni kengaytirish maqsadida sayyohlik agentliklari potensial iste'molchilar bilan turli xil aloqa shakllaridan foydalanadilar, shu jumladan shaxsiy va bilvosita.³

Milliy iqtisodiyotimizda sayyohlik sohasini rivojlantirishning ustuvor masalalari va ularning yechimlari xususida I.S.Tuxliev, B.X.To'raev, D.Q.Usmanova, N.Tuxliev, Q.X.Abduraxmonov, Ye.V.Golisheva, N.S.Ibragimov, M.Q.Pardaev, A.F.Saidov, A.Abduvaxidov, M.T.Alieva, B.SH.Safarov, T.Tashmurotov, O.X.Xamidov⁴ va bir qator boshqa iqtisodchi-olimlarning ilmiy tadqiqotlaridan foydalanildi va o'rganib chiqilgan.⁵

Tadqiqotda turizm va turizm marketingning nazariy jihatlarini tadqiq etilishi bilan birga, turizm marketingning O'zbekistonda amalga oshirilishi o'rganilgan. Ushbu jarayonda tahlil va sintez usulidan foydalanilgan.

TAHLILLAR VA NATIJALAR:

Marketing xizmatlarining xususiyatlaridan va turistik mahsulotning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, turistik marketingning murakkab, ko'p komponentli tuzilishi va tarmoqlararo xususiyatiga ega bo'lgan quyidagi xususiyatlarini ajratib ko'rsatish mumkin, deb hisoblaymiz: uni rag'batlantirish emas, balki talabni boshqarish. Talabni rag'batlantirish, boshqa tarmoqlardan farqli o'laroq, ustuvor vazifa emas. Turistik xizmatlarga bo'lgan talab

³ Алексунин В.А. [и др.]. (2009) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»

⁴ Хамидов О.М Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана. Дис ... канд.экон.наук - Самарканд: СамИСИ, 2006. - 155 с.; Ибрагимов Н.С. Узбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дестинацион менежмент концепциясини куллаш И.ф.н. дисс - Бухоро, 2006. - 183 б.;

⁵ Turizmning O'zbekistondagi faoliyati: Oybek Akhmadjonov Botirbek Abdug'afforov "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali Tadqiqotchi Jurnali, 2(2), 105-107.



doimiy ravishda o'sib bormoqda va turizm sanoati boshqa tarmoqlarga qaraganda kamroq darajada o'zgaruvchan bozor sharoitlariga bog'liq⁶.

Jahon turizm tashkiloti turizm marketingida uchta asosiy funksiyani belgilaydi⁷:

- mijozlar bilan aloqalarni o'rnatish, ularni turistik sayohatlar uchun mo'ljallangan joylar va u yerda mavjud xizmatlar, diqqatga sazovor joylar va boshqa imtiyozlar mijozlarning o'zlari olishni istagan narsalarga to'liq mos kelishiga ishontirish;

– turistik mahsulot marketingi uchun yangi imkoniyatlar yaratish bo'yicha takliflar, innovatsiyalar ishlab chiqish. Bunday innovatsiyalar potensial mijozlarning ehtiyojlari va afzalliklariga javob berishi kerak;

- turistik mahsulot yoki xizmatni bozorda ilgari surish bo'yicha faoliyat natijalarini nazorat-tahlil qilish va bu natijalar turizm sohasidagi mavjud imkoniyatlardan haqiqatda to'liq va muvaffaqiyatli foydalanishni qay darajada aks ettirishini tekshirish, reklama kampaniyasi xarajatlarini tahlil qilish va daromad olish.

Mamlakat iqtisodiyotining asosiy yo'nalishlaridan biriga aylangan xizmat ko'rsatish, turizm va mehmonxona xizmatini rivojlantirish maqsadlari davlatning qonunosti hujjatlarida ham o'z aksini topdi.⁸

Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Turizm tarmog'ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qaroriga muvofiq quyidagilar belgilandi: mehmonxonalar qurish uchun ajratilayotgan yer uchastkalari va foydalanilmayotgan davlat mulki ob'ektlari ro'yxatini, ularga muhandislik kommunikatsiyalarining yetib borganligi darajasidan kelib chiqib toifalarga (to'liq, qisman ta'minlangan va muhandislik kommunikatsiyalari mavjud bo'lmagan) ajratgan holda shakllantirish;

investorlar tomonidan mehmonxona qurish uchun yer uchastkalari va davlat mulki

⁶ Tishukov Y.V. Potrebitel na rinke turisticheskix uslug. –Rostov-na-Donu: Feniks, 2007.4-bet.

⁷ Нюренбергер Л. Б., Архипов А. Е. (2011). Маркетинг туристских услуг: сущностные и функциональные особенности // Вестник АГАУ. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-turistskih-uslugsuschnostnye-i-funktsionalnye-osobennosti> (дата обращения: 09.04.2022).

⁸ Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida) // I.f.d. diss. – Samarqand: SamISI, 2017. 25-26-b.



ob'ektlarini «E-IJRO AUKTSION» elektron savdo maydonida auksionga qo'yish; mehmonxonaga tegishli bo'lgan va uning ichida joylashgan alkogol mahsulotlari sotuvi bilan shug'ullanadigan har bir chakana savdo nuqtalari va umumiy ovqatlanish ob'ektlari (bar, mini-bar, kafe, restoran) uchun alohida ruxsat guvohnomasini olmaslik.

Prezidentimizning 2018 yil 4 iyuldagi qarori asosida Yevropa va Osiyo — Tinch okeani mintaqasi o'rtasidagi savdo-iqtisodiy aloqalarni optimallashtirish maqsadida, respublikaning yagona geografik joylashuvini inobatga olgan holda 101 mamlakat fuqarolariga respublikaning aeroportlaridan tranzit sayohatchi sifatida harakatlanayotganda 5 sutka mobaynida vizasiz mamlakatda bo'lish imkoniyati berildi. Bundan tashqari, agroturizmni rivojlantirish, hududlar kesimida turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha ham bir qator ishlar amalga oshirildi. Jumladan, bugungi kunga qadar respublikamizning ayrim hududlarida maxsus turizm zonalari tashkil qilinmoqda. Prezidentimizning 2017 yil 5 dekabrda Farmoni asosida “Chorvoq” erkin turistik zonasi, Vazirlar Mahkamasining “Surxondaryo viloyatida turizm sohasini rivojlantirish choratadbirlari to'g'risida”gi qarori doirasida Boysun, Sariosiyo va Sherobod kichik turizm zonalari tashkil etildi⁹.

Mamlakatimizning 40 dan ortiq turizm tashkilotlariga Ispaniya, Polsha, Latviya, Koreya Respublikasi, Malayziya, Turkiya, Indoneziya kabi mamlakatlarning turoperatorlari bilan hamkorlik kelishuvlari o'rnatildi¹⁰. Jahon hamjamiyatini mamlakatimizning turizm salohiyati to'g'risida xabardor qilish maqsadida 19 ta davlatning (Belgiya, Buyuk Britaniya, Ispaniya, Italiya, Xitoy, Rossiya, Turkiya, Yaponiya va b.) OAV vakillarining O'zbekistonga tashrifi tashkil etildi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kirish turizmini rivojlantirish choratadbirlari to'g'risida”gi Qarori¹¹ doirasida ham turizm marketingi rivojlantirish uchun yengilliklar berildi:

⁹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Qarori. 06.02.2018 yildagi PQ-3509-son. <https://lex.uz/docs/3549813>

¹⁰ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Qarori. 06.02.2018 yildagi PQ-3509-son. <https://lex.uz/docs/3549813>

¹¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Кириш туризмини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. 06.02.2018 йилдаги ПҚ-3509-сон. <https://lex.uz/docs/3549813>



- turistlar uchun yoʻnalishni moʻljalga olishni yengillashtirish maqsadida chet tillaridagi (ingliz, rus va boshqa tillarda) koʻrsatkichlarni oʻrnatish tashabbusi bilan chiqqan xoʻjalik yurituvchi subʼektlarga ushbu koʻrsatkichlarda ular tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulotlar (xizmatlar va ishlar)ning reklamasini joylashtirish huquqi beriladi, bunda reklama sohasiga oid qonunchilik talablariga rioya qilinishi taʼminlangan holda joylashtirilayotgan reklamaning umumiy maydoni koʻrsatkich maydonining 40 foizidan koʻp boʻlmasligi kerak boʻladi; turistlar tomonidan jamoat joylari, bino va inshootlarni foto va video suratga olish hech qanday cheklovlarisiz amalga oshiriladi, roʻyxati qonun hujjatlariga muvofiq tasdiqlanadigan hamda barcha turdagi suratga olishlar taqiqlanganligi haqidagi tegishli koʻrsatkichlar oʻrnatilgan obʼektlar bundan mustasno.

Mamlakat turistik jozibadorligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar mavzuni keng tadqiq va tahlil etish dolzarb ahamiyat kasb etishidan dalolat beradi.

Turistik xizmatning xarakteri oʻzining texnik, tashkiliy va iqtisodiy xususiyatlariga koʻra moddiy neʼmat (tovar) va boshqa koʻplab xizmatlardan tubdan farq qiladi. Turistik xizmat - turist yoki ekskursantning turizm maqsadlariga, turistik xizmat, turning, turistik mahsulotning tabiati va yoʻnalishiga javob beradigan ehtiyojlarini taʼminlash va qondirishga qaratilgan va xizmat koʻrsatish sohasidagi maqsadli harakatlar majmui¹².

Mamlakatda ham amalga oshirilgan tadqiqotlar natijasida turizm xizmatlarini koʻrsatish tizimi soddalashib bormoqda.

¹² Sofronov, Bogdan. (2019). The Development Of Marketing In Tourism Industry. Annals of Spiru Haret University. Economic Series. 1. 117-127. 10.26458/1917. ² Боронова А. С. (2017). Развитие маркетинга в туризме в современных условиях // Economics. №7 (28). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-marketinga-v-turizme-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 29.04.2022).



	Vositalar	%	
1.	Reklama (bosma reklama: buklet, brashyura, reklama varag'i, katalog va b.q., internet reklamasi: Vebsayt, elektron pochta, tashqi reklama va boshqa reklama vositalari)	23,2	
2.	Sotishni rag'batlantirish (turistik korxonalar, turistik agentlar, turoperatorlar, mehmonxona personal va pirovard iste'molchilar uchun)	4	
3.	Jamoatchilik bilan aloqalar (prezentatsiya, presskonferentsiya, kungil ochar tadbirlar, audiovizual filmlar taqdimoti, fotoalbomlar, homiylik tadbirlari)	17,8	
4.	Festivallar tashkil etish	34	
5.	Ko'rgazma va yarmarkalarda ishtirok etish	21	

1-rasm. O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi tomonidan qo'llaniladigan marketing vositalari

Turizm o'zining asosiy xususiyatlariga ko'ra iqtisodiy faoliyatning boshqa shakllaridan tubdan farq qilmaydi. Shuning uchun zamonaviy marketingning barcha muhim



qoidalari turizmda to'liq qo'llanilishi mumkin. Shu bilan birga, turizm nafaqat tovarlar savdosidan, balki xizmatlar savdosining boshqa shakllaridan ham ajralib turadigan o'ziga xos xususiyatlarga ega. Bu yerda xizmatlar va tovarlar savdosi (mutaxassislarning fikriga ko'ra, turizm xizmatlar ulushi 75%, tovarlar - 25%), shuningdek, turistik xizmatlar va tovarlarni ishlab chiqarish joyida iste'mol qilishning o'ziga xos xususiyati mavjud.¹³

XULOSA:

O'zbekistonda davom etayotgan turistik o'zgarishlarga qaramasdan turizmning davlat iqtisodiyotiga ko'rsatgan ta'siri hali unchalik sezilarli emas. Shunday qilib, turizm iqtisodiyotning daromadli sohasi bo'lib, turizm biznesida muvaffaqiyatga erishish uchun iste'molchilarning turistik xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlariga asoslangan holda turmahsulotni ishlab chiqarib uni sotishni tashkillashtirish, xalqaro huquq normalari va qoidalari, turistik menejmenti va marketingi sohalaridagi amaliyot, hamda turizm xizmat bozori kon'yunkturasi haqida yaxshi bilim talab etiladi.

Yaqin kelajakda turizm xizmatlar bozorining quyidagi rivojlanish strategiyasini belgilaymiz:

- turistlar tashrif buyuradigan mamlakatlarning turistik (tabiiy, madaniy va tarixiy) resurslari holatini hisobga oladigan mavjud bo'lgan turistik xizmat va bozorlarini rivojlantirish hamda yangilarini yaratish;
- turistik faoliyatning rejalashtirish va rivojlantirishga mahalliy jamoatchilik va mahalliy hokimiyatni jalb qilish, hamda uning xavfsizligini ta'minlash;
- turizm sohasidagi xizmatlar narxini turistlar uchun ma'qul va turistik sanoat uchun foyda keltiradigan darajada saqlab qolishga qaratish;
- aniq marketing tadqiqotlarini amalga oshirish;
- turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish maqsadida marketing tadqiqotlarini muntazam amalga oshirish. Buning uchun O'zbekistonga tashrif buyurayotgan

¹³ Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida) // I.f.d. diss. – Samarqand: SamISI, 2017. 25-26-b.



- sayyohlarning yoshini, qaysi mamlakatdan kelganini, jahon mamlakatlarida aholi jon boshiga YaIM qiymatini tadqiq etish talab etiladi.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. 07.02.2017 yildagi PF-4947-son. <https://lex.uz/ru/docs/3107036>
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2022 — 2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. 28.01.2022 yildagi PF-60-son. <https://lex.uz/docs/5841063>
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori. 06.02.2018 yildagi PQ-3509-son. <https://lex.uz/docs/3549813>
4. Valdaitsev S. V. Biznes va innovatsiyalarni baholash. M.: "Filin" axborot-nashriyoti, 1997.
5. Turizmning O‘zbekistondagi faoliyati: Oybek Akhmadjonov Botirbek Abdug‘afforov “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali Tadqiqotchi Jurnali, 2(2), 105-107.
6. Tishukov Y.V. Potrebitel narinke turisticheskix uslug. –Rostov-na-Donu: Feniks, 2007.4-bet.
7. Birjakov M.B. Turisticheskiye uslugi, raboti, tovari. –Moskva–SanktPeterburg: Izdatelstvo «Nevskiy fond» – «Izdatelskiy dom Gerda», 2003. S.108.
8. Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida) // I.f.d. diss. – Samarqand: SamISI, 2017. 25-26-b.
9. Surkov S.G. Mejdunarodniy turizm v Rossii: problemi razvitiya i upravleniya / S.G. Surkov, V.I. Krivoruchko. – M.: Sovetskiy sport, 2009. – 214
10. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi Hukumat portali;



11. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi milliy qonunchilik bazasi;
12. www.mehnat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Mehnat vazirligining rasmiy web-sayti;
13. www.statistics.uz – O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi rasmiy sayti.