



RAQAMLI MARKETINGNI TURIZM VA MEHMONDO'STLIK SANOATIGA TA'SIRI

Xalimova F.N.,
katta o'qituvchi, TDIU

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА НА ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Халимова Ф.Н.,
старший преподаватель, ТГЭУ

THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING TO TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

Khalimova F. N.,
senior lecturer, TSUE

Annotatsiya. Har qanday turizm sohasidagi biznes zamonaviy axborot texnologiyasidan foydalanilmasdan muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishi amaliyotda mumkin emas. Shundan kelib chiqib, xalqaro turizm bozorida turistik mahsulotlarni reklama qilishda ijtimoiy tarmoqlarning global darajada qo'llanilishi turizm sohasining yanada rivojlanishini ta'minlaydi.

Turistik biznesni raqamlashtirish sharoitida mijoz o'zi ma'lum bir tur haqida ma'lumot qidiradi, ma'lum bir kompaniyani tanlaydi va xizmatlarning narxlarini taqqoslaydi. Jarayon mijozga o'zi yoqtirgan turni sotib olish bilan yakunlanadi va xizmatlar unga kechayu kunduz taqdim etiladi, bu esa xizmat sifatini yaxshilaydi va mijozning qoniqishini oshiradi.

Kalit so'zlar: Internet, reklama, turizm, turist tanlovi, onlayn bron.

Аннотация. Практически невозможно успешно функционировать любому бизнесу в сфере туризма без использования современных информационных технологий. Исходя из этого, использование социальных сетей на глобальном уровне в рекламе туристских продуктов обеспечивает дальнейшее развитие туристической сферы на международном рынке. При цифровизации туристического бизнеса, заказчик сам ищет информацию о том или ином туре, выбирает определенную компанию и сравнивает цены на услуги. Процесс заканчивается тем, что клиент покупает тур по своему выбору, и услуги предоставляются ему круглосуточно, что повышает качество обслуживания и удовлетворенность клиентов.

Ключевые слова: Интернет, реклама, туризм, выбор туриста, онлайн бронирование.



Annotation. *It is almost impossible to operate successfully any business without the use of modern information technologies in the field of tourism. Based on this, in international tourism market, the use of social networks at global level, in advertising of tourism products, ensures the further development of tourism sector. With the digitalization of tourism business, the customer himself is looking for information about a particular tour, chooses a specific company and compares prices for services. The process ends with the client purchasing the tour of their choice and services are provided to them around the clock, which increases the quality of service and customer satisfaction.*

Keywords: *Internet, advertising, tourism, tourist selection, online booking.*

Bugungi kunga kelib raqamlashtirish masalalari har bir mamlakatning iqtisodiy, ijtimoiy-siyosiy vazifalarni samarali bajarilishida o'z aksini topmoqda. Shuningdek raqamli iqtisodiyot va u bilan bog'liq bo'lgan bir qancha samarador texnologiyalar hayotimizga shiddat bilan kirib kelmoqda. Huddi shuning uchun ham davlat va jamiyat taraqqiyotini yanada jadallashtirish maqsadida respublikamiz Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga yo'llagan Murojaatnomasida 2020-yil – "Ilm, ma'rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili" deb e'lon qilindi. Ushbu Murojaatnomani nafaqat joriy yilga qo'llanma va yo'llanma sifatida, balki yaqin o'rta muddat uchun O'zbekistonning taraqqiyot yo'lini belgilab beruvchi dastur, fundamental ahamiyatga ega bo'lgan hujjat sifatida baholash mumkin.

Internet, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va boshqa raqamli aloqa texnologiyalari dunyo bo'ylab milliardlab odamlarning kundalik hayotining bir qismiga aylanmoqda. Xalqaro miqyosida internetdan faol foydalanuvchilar soni dunyo aholisining 62,5 foizni tashkil qiladi 2021-yilda foydalanuvchilar soni 192 millionga (4 foizga) oshdi va 4,95 milliard kishini tashkil etdi. Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanuvchilar soni 10 foizdan oshib, 4,62 milliardga yetdi, bu butun dunyo aholisining 58,4 foizini tashkil etadi. 2020-yil yanvar oyida e'lon qilingan so'nggi statistik ma'lumotlarga ko'ra, internet aktiv foydalanuvchilari 4,54 milliard kishini, ya'ni dunyo aholisining 59 % ini tashkil qilgan. Shunga qaramay, 2019-yilda dunyo bo'ylab 2,95 milliard kishi faol ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari hisoblanadi. Bu statistik ko'rsatkichlar shuni anglatadiki ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish butun dunyodagi ko'pgina odamlar hayotining ajralmas qismiga aylanmoqda. Shunday ekan butun dunyodagi kabi respublikamizda ham turizm sohasini raqamlashtirish kelajakda eng istiqbolli hisoblanadi.

Yangi O'zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida ochiqlik, xalqaro iqtisodiy-siyosiy aloqalarning rivojlanishi yurtimizda sanoat tarmoqlarini modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan qayta jihozlash imkoniyatlarini yuzaga keltirdi. "Elektron hukumat", "Elektron boshqaruv", "Telekommunikatsiya", "Internet", "Veb-sayt" kabi ko'plab iboralar hayotimizning ajralmas bo'lagiga aylandi. IT kundalik hayotimizning barcha sohasini qamrab olmoqda.



Har qanday turizm sohasidagi biznes zamonaviy axborot texnologiyasidan foydalanilmasdan muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishi amaliyotda mumkin emas.

Shundan kelib chib xalqaro turizm bozorida turistik mahsulotlarni reklama qilishda ijtimoiy tarmoqlarning global darajada qo'llanilishi turizm sohasining yanada rivojlanishini ta'minlaydi. Aynan ijtimoiy tarmoqlardagi postlar orqali yangi destinatsiyalarga tashriflar soni ko'paymoqda; – ijtimoiy tarmoqlar algoritmi turistik mahsulotni aynan turizm sohasiga qiziquvchi foydalanuvchilarga to'g'ridan to'g'ri reklama qilish imkoniyatini beradi.

Raqamli transformatsiya tendentsiyalari hozirda juda ko'p kuzatilmoqda ayniqsa sog'liqni saqlash, bank ishi, ommaviy axborot vositalari va turizm kabi sohalarda.

Buning sabablarini tushuntirish qiyin emas, chunki turizm va mehmondo'stlik sanoatini raqamlashtirish sayyohning yoki iste'molchining o'z yashash joyidan turib xalqaro turizm bozoridagi jarayonlarni kuzatish, o'rganish va shundan kelib chiqib to'lovni amalga oshirishi mumkin.

Turizm – bu uydan uzoqda bo'lgan turistlar uchun zarur bo'lgan xizmatlar majmui va axborotni ko'p talab qiluvchi sektor sifatida qaraladi.

Sayyohlik maskani bugungi kunda yuqori raqamli salohiyatga ega. Raqamli imkoniyatlarni kengaytirish – bu jarayonlar, amaliyotlar va mijozlar bilan munosabatlardagi mahorat, raqamli media va infratuzilma tomonidan qo'llab-quvvatlanadi. Raqamli texnologiyalarni ta'minlash qobiliyati sifatida foydalanish mumkin bo'lgan ma'lumot almashish, kontekstni tushunish va tajriba almashish qobiliyatiga egadir. Axborot almashish imkoniyatlari zarur ikki usulda amalga oshiriladi: maqsad va uning manfaatdor tomonlarigacha etkazib beruvchilar sifatida va turistlardan mijozlar sifatida foydalanish. Kontekstual xabardorlik – ob'ektlarning jozibadorligini yoki yaqinligini ta'minlash; sayohat davomida ma'lumotlarini to'g'ridan-to'g'ri taqdim etish imkoniyati (real vaqtda) beradi, foydalanuvchining sayohat marshrutlarini aniqlash qobiliyati, balki yana bir xususiyat sayohat ma'lumotlarini yozib olish imkonini beradi. Turizm sohasini raqamli rivojlanishi boshqa sohalarga qaraganda eng ko'p foyda va imkoniyatlar yaratadigan yunalishdir. Ayniqsa mehmonxona majmualari birinchilardan bo'lib foydalaniladi o'z xizmatlari bilan iste'molchilarni jalb qilish va sayyohlar uyidan turib o'z muljallariga yarasha mehmonxona xizmatlari bilan tanishishi va muvaffaqiyatli tanlovni amalga oshirishlari mumkin.

Zamonaviy turizm bozorini elektron kontseptsiyasiz tasavvur qilib bo'lmaydi savdo, Internet, elektron tizim orqali bu tovarlar va xizmatlarni sotish va sotish olish faoliyati sifatida belgilanadi. Raqamli turizm elektron turizmning bir qismidir savdo va telekommunikatsiya mehmondo'stlik hamda boshqaruv sanoatida rivojlanayotgan sohalarni birlashtiradi. Elektron turizmning o'ziga xoslik jihati o'z faoliyati davomida virtual makonning mavjudligini o'z ichiga oladi ixtisoslashtirilgan turoperatorlar, sayyohlik agentliklari portali orqali turizm



sohasida yuqori manfaatga ega bo'ladi. Raqamli turizm oxirgi yangi tur maxsulotlar haqida ma'lumotlarni iste'molchilarga taklif qilish va o'z vaqtida yetkazish, turistlar onlayn bron qilish (mehmonxonalar, transport va boshqalar) va naqd pulsiz to'lovni amalga oshirish imkonini yaratadi. Raqamlashtirish katta ahamiyatga ega sayohatni har qachongidan ham qulayroq qilish uchun zarurdir. Masalan, onlayn sayohat portallari samolyot chiptalarini sotib olish, mehmonxonalarni solishtirish va tanlash sayyohning byudjetiga mos narxlarda bron qilish imkonini beradi.

Xulosa qilib aytganda dunyo bo'ylab sayyohlar mehmonxonani onlayn bron qilishda qayerda qolish, nima qilish va qanday borish kerakligi uchun shaxsiylashtirilgan variantlardan ham foydalanmoqda. Iqtisodiyotning bir sektori sifatida uning raqamlashtirilishi katta afzalliklaridan biri hisoblanadi etarlicha ma'lumotlar va tahlillarni to'plash imkoniyati bor.

Sohani raqamlashtirish natijasida mehmonlar hatto mehmonxonaning qulayligi va virtual haqiqat orqali yashash xonasidan, muzey yoki sayyohlik maskanini tomosha qilishlari mumkin. Muzey va boshqa yo'nalishlar mamlakatlardagi zamonaviy sanat asarlari, eksponatlar avtomatlashtirish va elektron texnologiyalardan keng ko'lamda foydalanish turizm industriyasining eng dolzarb vazifalaridan biriga aylandi.

Iste'molchilar o'zlarini qulay his qilishni xohlashadi shu qulaylikni yaraitb berish uchun mijozlar va ularning xatti-harakatlari haqida ko'proq shaxsiy ma'lumotlarni yig'ish va bundan oqilona foydalanish tufayli mijozlar sayohati davomida foydalangan xizmatlari optimallashtirib bormoqda. Xizmat ko'rsatish sifati va mijozlarning sodiqligini oshirish maqsadida avstraliyalik Qantas Umbel yagona mijozlar ma'lumotlari platformasini yaratish uchun hamkorlik qildi va ma'lumotlar markazi mijozlarning afzalliklariga qaratilgan.

Sohani raqamlashtirish natijasida mehmonlar hatto mehmonxonaning qulayligi va virtual haqiqat orqali yashash xonasidan, muzey yoki sayyohlik maskanini tomosha qilishlari mumkin. Muzey va boshqa yo'nalishlar mamlakatlardagi zamonaviy san'at asarlari, eksponatlar avtomatlashtirish va elektron texnologiyalardan keng ko'lamda foydalanish turizm industriyasining eng dolzarb vazifalaridan biriga aylandi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 28.04.2020-yil PQ4699-sonli.
2. A.M. Abduvohidov. "Turizm va elektron biznes". O'quv qo'llanma. 2020-yil.
3. M. Amonboyev A.N. Samadov, SH.S. Sayfutdinov F.N. Xalimova "TURIZM MARKETINGI". Darslik.-T.: "Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi" 2021-y - 290 b.
4. <https://fayngor.ru/blog/statistika-polzovatelej-interneta-v-mire-v-2022/>



5. Abrorjon, Kucharov, and Ishmanova Dinora. "XALqARO BIZNESDA GLOBALLASHUVNING ROLI." Архив научных исследований 1.1 (2021).

6. Абдуллаева, М. (2020). Теоретические аспекты определения, развития цифровой экономики и её зарождение в Республике Узбекистан. in Library, 20(3), 21–27. извлечено от <https://inlibrary.uz/index.php/archive/article/view/8759>

THE USE OF DIGITAL MARKETING PLATFORMS IN INVESTMENT OPPORTUNITIES OF TEXTILE, KNITTING ENTERPRISES

Abdulaziz Aliev,
basic doctoral (PhD) student,
Tashkent State University of Economics

ЎЎҚИМАЧИЛИК, ТРИКОТАЖ КОРХОНАЛАРИНИНГ ИНВЕСТИЦИЯ ИМКОНИАТЛАРИДА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГ ПЛАТФОРМАЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Абдулазиз Алиев,
таълим докторанти(PhD),
Тошкент давлат иқтисодий университети

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ В ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЯХ ТЕКСТИЛЬНЫХ, ТРИКОТАЖНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Абдулазиз Алиев,
Базовый докторант(PhD),
Ташкентский государственный экономический университет

Abstract. This article describes basis of digital marketing technologies, investments, digital textile and their essential tools in textile enterprises. it also mentions application of digital technologies such as CAD, CAA, EPOS systems for textile, knitting and apparel, enterprises.

Key words: digital marketing, electronic technologies, e-commerce, digital textile, CAD, EPOS, investment

Аннотация. Ушбу мақолада рақамли маркетинг технологияларининг асослари, инвестициялар, рақамли текстиль, ўқимачилик ва трикотаж корхоналарида рақамли ўқимачилик ва уларнинг асосий воситалари келтириб ўтилган. Шунингдек, унда ўқимачилик, трикотаж ва тикувчилик