AYMAQLIQ TURIZM BAZARINDA INTEGRATSIYALANǴAN MARKETING KONTSEPTSIYALARIN ÁMELGE ASIRIW BAǴDARLARI

Asanova Gulnur
QMU, 1-kurs magistrant
Abdijalalova Gulnar
QMU, 1-kurs magistrant
https://doi.org/10.5281/zenodo.10000268

Аннотация: Bul maqalada turizm bazarında marketing kontsepstiyasın ámelge asırıw ózgeshelikleri izertlengen.

Tayansh sózler: ishki marketing, dásturiy marketung, interaktiv marketung, integrastiyalanǵan marketuhg konstepstiyası, xızmetler marketingi.

Búgingi kúnde jáhán turizm bazarındaǵı keskin báseki gúresi mámleketimizde turizm tarmaǵınıń nátiyjeli iskerligin támiyinlew ushın tarawda marketing kontseptsiyasi elementlerinen keń kólemde paydalanıwdı talap etpekte. Biraq, milliy turistlik shólkemler ámeliyatında bul elementlerden sistemasız túrde paydalanılıwı áqibetinde tarawda kórsetilip atırǵan nátiyje onıń ámeldegi múmkinshiliklerden tolıq paydalanıw dárejesinen artta qalıp atır. Turizm tarawı boyınsha jáhán ámeliyatına názer salatuǵın bolsaq, ol jaǵdayda basqarıw iskerliginiń barlıq (kárxana, aymaq) dárejelerinde óz-ara kooperatsiyalasqan tárizde alıp barılıp atırǵan marketing iskerligi milliy turistlik shólkemlerdiń jáhán bazarında básekige shıdamlı pozitsiyaların iyelewge qaratılǵan nátiyjeli xızmeteriniń zárúrli katalizatorı esaplanadı [1]. Bunnan tısqarı, turizm bazarında ámelge asırılıp atırǵan marketing iskerligine tiyisli ilajlar kompleksi turistlik marketing qásiyetlerine baylanıslı formada dúzilip atır. Solay eken, mámleketimizde de bul tarawdı rawajlandırıw ushın turizm marketinginiń ayriqsha qásiyetlerin ilimiy tárepten analiz qılıw tiykarında, marketing kontseptsiyasın ámelge asırıw maydanınan juwmaq hám usınıslar islep shıǵıwdı maqsetke muwapıq dep esaplaymiz.

Sonday etip, mámleketimiz hám shet el ilimpazlar izertlewleriniń mazmunınan kelip shıqqan halda, xızmetler kórsetiw tarawlarında marketing kontseptsiyalarına tiyisli modeller analizlerinen juwmaq etiwimiz múmkin, olar túrli mámleket izertlewshileri tárepinen, túrlishe principlerge tıykarlanıp jaratılǵan bolıwına qaramay, bul modeller ulıwma strukturalıq hám kontseptual elementlerge iye. Bular tómendegilerden ibarat:

- birinshiden, barlıq modeller xızmetlerdiń tovar retindegi ózine tán qásiyetlerinen kelip shıqqan;

- ekinshiden, barlıq modellerde xızmetler marketingginiń strategiyalıq faktorları esaplanǵan xızmetker, xizmet kórsetiw procesi hám xizmet kórsetiwdiń materiallıq tastıyıqına bólek itibar qaratıw kerekligine pát berilgen;
- úshinshiden, barlıq modellerde xizmet kórsetiw shólkemlerinde marketing kontseptsiyasın ámelge asırıwda qosımsha strategiyalardı, yaǵnıy ishki hám ınteraktiv marketing kontseptsiyaların qóllawǵa tiyisli strategiyalardı ámelge asırıw zárúrligi aytıp ótken.

Bizge belgili, arnawlı bir bir dáwirde hár qanday aymaqta kóp muǵdardaǵı turistlik resurslarınıń bar ekenligi hám koncentraciyası bul tarawda iskerlik júrgizeip atırǵan sanaat, aymaq hám kárxanalardıń potencialınıń asıwına alıp keledi [2].

Turizmde marketing iskerligininiń ayriqsha qásiyetleri bar. Bul, birinshiden, hár qıylı xızmetlerdiń materiallıq ónimlerden ayrıqsha qásiyetlerinde hám ekinshiden, turistlik ónimniń basqa xızmetler ulıwma qásiyetlerinen ayrıqsha bólek ózgesheliklerinde ayqın kórinetuǵın boladı. Turistlik xızmetlerdiń ulıwma tárepleri, bárinen burın, hár túrli xızmetlerge tán bolǵan ulıwma ayrıqshalıqlar, yaǵnıy: sezilmeslik; islep shıǵarıw hám tutınıwdıń ajıralmaytuǵınlıǵı; sapanıń ózgeriwshenligi; saqlap bolmaw sıyaqlı ayrıqshalıqlarǵa tiykarlanadı. Bul ayrıqshalıqlardıń hár birin bólek analiz etip shıǵamız, sebebi tarawda marketing kontseptsiyasın ámelge asırıwda olardıń ornı hám roli úlken áhmiyetke iye boladı. Sezilmeslik yamasa xızmetlerdiń materiyallıq emes xarakterge ıyelewi ózgesheligi bul olardı kóriw, tatıb kóriw, seziw imkaniyatınıń joq ekenligi bolıp tabıladı. Qandayda bir turistlik aymaqǵa sayaxatqa shıǵıwınan aldın turist turistlik shólkemnen "umıtılmas dem alıw wádesi" retindegi tur paketti satıp aladı. Xızmetlerge tán "sezilmeslik" ózgesheligi sebepli turistlik paket qarıydarı xızmetlerdi satıp alıwdan aldın (geyde keyin de) ne satılıp atırǵanlıǵın bahalawı qıyın keshedi. Usınıń sebepinen, turizm marketinginde "turistlik ónimdi materiallastırıw" usılınan paydalanıladı. Búgingi kúnde turizm ámeliyatında turistlik xızmetlerdi materiallastırıw usılları retinde olardı kórsetiw imkaniyatın beretuǵın bukletler, reklama materialları, plakatlar hám de xızmetlerdi vizuallastırıwdıń zamanagóy hám innovciyalıq qurallarından (mul'timediya hám virtual ónimler) keń paydalanılıp atır. Házirgi waqıtta turizm ámeliyatında bul qurallardan paydalanǵan halda, turistlik ónimlerdiń potencial qarıydarları kútiwlerine tásir etiwshi hám olardı sayaxat etiwge motivlastırıwshı málim bir unamlı obrazdı jaratıw, qollap quwatlaw hám keleshekte qáliplestiriw úlken áhmiyetke iye bolmaqta.

Óndiristiń tutınıwdan ajıralmaytuǵınlıǵı nátiyjesi bolsa xızmetler sapasınıń ózgeriwsheńligi esaplanadı. Xızmetlerdiń sapa ózgeriwsheńligine eki gruppa, yaǵnıy: shólkemde xızmet etiwshi jumısshı -xızmetkerlerdiń iskerligine (bilimi, ilmiy tájriybesi hám dárejesine hám de shólkemde xızmetkerler iskerligin tártipke salıw nátiyjesine) baylanıslı bolǵan faktorlar; kórsetilip atırǵan xızmetlerdiń qarıydar talaplarına muwapıq túrde individuallasıwında (turisttiń qálew-tilekleri tásirinde) kórinetuǵın bóliwshi faktorlar tásir etedi. Xızmetlerdi materiallıq tovardan ajıratıwshı zárúrli ózgesheligi islep shıǵarıw hám tutınıwdıń ajıralmaytuǵınlıǵı yamasa xızmetlerdiń olardı kórsetiwshi shaxstan uzilmesligi esaplanadı. Bunda xızmetlerdiń klient buyırtpa bergende yamasa tek ǵana klient payda bolǵanda kórsetiliwi múmkinligi názerde tutıladı. Xızmettiń kórsetiliwi jáne onıń klient tárepinen tutınıwı ajıralmaytuǵın ulıwma process bolıp tabıladı. Sol kóz-qarastan kelip shıǵıp, kópshilik tarawdıń qánigeleriniń pikirine kóre, óndiristiń tutınıwdan ajıralmaytuǵınlıǵı xızmetlerdiń materiallıq formadaǵı tovarlardan parqın ańlatiwshı eń tiykarǵı ózgesheligi esaplanadı. Xızmetlerdiń ayrıqsha táreplerinen taǵı biri olardı saqlap bolmaslıǵı bolıp tabıladı. Turizm bazarında xızmetke talap usınıstan kóp bolsa, usınıstıń jetiwbeytuǵın bólegin bazadan alıp keliw arqalı toltırıwdıń ılajı joq. Kerisinshe, kórsetilip atırǵan usınıs kólemi talaptan joqarı bolsa, paydanıń tómenlewi baqlanadı. Sonday eken, xızmetlerdiń saqlanmaslıǵı jaǵdayı xızmetler bazarında talap hám usınıstı óz-ara muwapıqlastırıw ushın sharalar (siyasiy gruppalastırılgan bahalar ornatıw; jeńillik hám shegirmelerdiń túrli formalarınan paydalanıw; aldınnan buyırtpa qılıw sistemasın qáliplestiriw hám t.b) islep shıǵılıwın talap etedi. Turizm industriyası óziniń tiykarǵı xarakteristikaına kóre, xojalıq iskerliginiń basqa formalarınan tupten parq etiwshi ayrıqshalıqlarǵa iye emes. Sol sebepli de, pikirimizshe, zamanagóy marketing sistemasınıń tiykarǵı qaǵıydaların tolıq turizm salasında qóllaw múmkin. Óz gezeginde, turistlik ónimdiń materiallıq-materiyalliq emes tovarlardan, sonıń menen birge basqa xızmet túrlerinen parıqlanıwshı tárepleri onıń ayriqsha qásiyetlerin payda etedi. Turizm bazarında xızmetler sawdası menen bir qatarda materiallıq-materiyalliq emes tovarlar (qánigelerdiń pikirine kóre, turistlik ónimdiń quramı 75% xızmetler, 25% materiallıq-materiyalliq emes tovarlardan ibarat esaplanadı) sawdasınıń ámelge asırılıwı bul ayrıqshalıqlardıń tiykarın quraydı. Xızmetlerge tán ulıwma ayrıqshalıqlar menen bir qatarda turistlik ónimlerdiń tómendegi ayriqsha qásiyetleri ámeldegi:

- olardıń quramalı strukturalıq baylanıslar sisteması menen xarakterleniwshi xızmetler hám tovarlar kompleksi esaplanıwı;

- turistlik xızmetlerge bolǵan talap dáramat hám baha dárejesine salıstırǵanda elastik esaplanıp, siyasiy jáne social sharayatlarǵa baylanıslı bolıwı;

- turistlik ónim tutınıwı tikkeley turistlik xızmet islep shıǵılatuǵın orında ámelge asırılıwı;

- basqa tovarlar realizatsiya processinen ayrıqsha, túr ónim qarıydarlarınıń olardı ónimnen yamasa tutınıw jayınan ajıratıp turıwshı aralıqtı keship ótiwi;

- turistlik ónimdi jaratıw usılınıń ayriqshalıǵı, yaǵnıy bólek mútájlikler hám hár qıylı kommerciya maqsetlerine iye bolǵan kárxanalardıń birgeliktegi say-háreketi menen jaratılıwı;

- arzımas kemshilikler sebepli de joqarı sapalı turistlik xızmetlerge erisip bolmawı;

- turistlik xızmetler sapasın bahalawda bir qatar sub'ektiv faktorlardıń, atap aytqanda, qarıydardıń bahasına (onıń kórsetilgen xızmetten qánaatlanıwı dárejesine), kóbinese, satıp alınǵan zat kórsetikgen xızmetler paketi menen tikkeley baylanıslı bolmaǵan basqa adamlardıń (mısalı, jergilikli puqaralar, turistlik gruppa aǵzaları) tásir etiwi: turistlik xızmet sapasına parsı-major ózgeshelikindegi sırtqı faktorlardıń (tábiyiy sharayat, hawa rayı, turizm tarawına tiyisli siyasat, xalıq aralıq hádiyseler hám t.b.) tásir kórsetiwi hám t.b [3].

Aymaqlıq turizm bazarında integraciyalasqan marketing kontseptsiyasın ámelge asırıwdıń tiykarǵı principlerı tómendegilerden ibarat:

1. Marketing ilajların anıq qarıydarlar máseleleriniń nátiyjeli sheshimlerine jóneltiriw;

2. Anıq kórsetilgen kommerciya nátiyjelerine erisiw shólkem ushın juwmaqlawshı esapta uzaq kutilgen maqsetke hám de bazarda gózlengen úleske ıyelewine alıp keledi. Qısqa dáwir ishinde ónim realizatsiyasi kólemin asırıw maqsetine qaratılǵan kommerciya háreketlerin kúsheytiw kontseptsiyasınan ayrıqsha túrde marketing kontseptsiyası bazarda uzaq múddette bekkem básekige shıdamlı poziciyanı iyelewge qaratılǵan esaplanadı;

3. Saylanǵan bazar sharayatları hám talapların maksimal inabatqa alıw menen bir waqıtta oǵan maqsetli tásir etiw.

Paydalanılǵan ádebiyatlar:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 октябрдаги ПФ-6097-сон "Илм-фанни 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида" ги Фармони

2. Халмуратов, К. П. "Қорақалпоғистон республикасида хизматлар соҳасида давлат-хусусий шерикчилигининг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш." Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа докторлиги (PhD) диссертацияси. Нукус (2021).
3. Xalmuratov K. Issues of application of puplic-private partnership mechanism in educational services sphere. Psychology education (Bi-Monthly Journal) 2021 йил январь.

WOC
World Online Conferences