

TURISTIK REKLAMA SAMARADORLIGINI OSHIRISH O‘ZBEKISTON MISOLIDA

Xasanov Xojimurod To‘ychiboy o‘g‘li

Chirchiq davlat pedagogika universiteti talabasi

Annotatsiya: Maqolada o‘tgan yillar mobaynida O‘zbekistonda sifatli, ichki va xalqaro reklamalarni tashkil etishda amalga oshirilgan hamda oshirilayotgan ishlar haqida fikr yuritilgan. Ma’lumki xorijiy mehmonlarni mamlakatga chorlash bevosita reklamalar bilan bog‘liq. Ushbu maqolada hukumat tomonidan reklama sohasidagi qilingan ayrim yangiliklar keltiriladi.

Kalit so‘z: Reklama, Aydar-Arnasoy, you tube blogerlari, yarmarka.

INCREASING THE EFFICIENCY OF TOURIST ADVERTISING IN THE EXAMPLE OF UZBEKISTAN

Xasanov Xojimurod To‘ychiboy o‘g‘li

Student of Chirchik State Pedagogical University

Abstract: The article reflects on the activities that have been carried out and are being improved in the organization of high-quality domestic and international advertising in Uzbekistan over the past years. It is known that inviting foreign guests to the country is directly related to advertising. This article presents some innovations made by the government in the field of advertising.

Key words: Advertising, Aydar-Arnasoy, you tube bloggers, fair.

Reklama (lotincha: reklamo — „qichqirmoq“) — tovarlarning sifati, ularni sotib olishdan ko‘riladigan naf haqidagi axborot; bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadida yuridik va jismoniy shaxslar yoki mahsulot to‘g‘risida tarqatiladigan maxsus axborot. Reklama marketingning tarkibiy qismi hisoblanib, talab va iste‘molchilar didining shakllanishiga ta‘sir ko‘rsatadi. Reklama korxonasi imijini yaratish (uzoq davrli ta‘sir ko‘rsatish), joriy sotish hajmini ko‘paytirish (qisqa davrli ta‘sir ko‘rsatish), haridorlarga nima sotib olishni va uni nima uchun sotib olish zarurligini hal qilishda yordamlashish va boshqa maqsadlarda olib boriladi. Reklamaning asosiy vazifasi — xaridorni qiziqtirish, mijoz xaridorlarni yo‘qotmaslik va ularni kengaytirishga qaratiladi. Tovar reklamalari bilan birgalikda hozirgi kunda xizmatlar reklamasining ham ahamiyati o‘ta yuqoridir. Ayni vaxtda tovarlar bilan birga xizmatlar qo‘shilgan holda ham reklamalar juda ko‘plab uchratish mumkin. Bunga

birgina misol qilib restoranlar va ko‘lab fastfood umumiy ovqatlanish shahobchalarida yetkazib berish xizmatlarini yo‘lga qo‘yilganligini aytish mumkin.

Turistik reklamalar aholi ongiga ta’sir qiluvchi kuchli tashviqotga aylandi. XXI asr insonlari ayniqsa ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish orqali kelgusidagi o‘z sayohatlarini tashkil eta boshlashdi. Yirik hamda mayda turistik kompaniyalar reklamalardan foydalanish orqali katta xarajatlarni amalga oshirishmoqda ammo buning natijasida ular o‘z bizneslarini o‘stirishga erishmoqdalar.

Huddi shunday turizmni qo‘llab-quvvatlash harakatlari O‘zbekistonda ham amalga oshirilmoqda. Bunday harakatlarni ayniqsa mamlakat hukumati qabul qilayotgan qonun loyhalarida ham ko‘rish mumkin. Misol tariqasida quyidagilar keltiriladi.

Prizidentning 2016-yildagi turizm qo‘mitasini samarali tashkil etish to‘g‘risidagi qarorida turistik reklamalar to‘g‘risida 2-bob Qo‘mitaning asosiy vazifalari va funksiyalari qismida shunday kiritib qo‘yildi: “turistik xizmatlarning tashqi va ichki bozorlarida marketing tadqiqotlarini amalga oshirish, turizm sohasida O‘zbekiston Respublikasining tarixiy-madaniy merosini keng targ‘ib qilishga qaratilgan faol reklama-axborot siyosatini amalga oshirish, mamlakatning turistik imijini saqlash va rivojlantirish, xalqaro turistik bozorlarda milliy mahsulotlar va brendlarni ilgari surish”. Qonunda asosiy maqsa qo‘mita faoliyatini yo‘lga qo‘yish bo‘lsada reklamalarning ahamiyati ha sedan chiqarilmadi. Bu bilan mamalkat turistik resurslarini reklama qilish qanchalik kerakligi hamda doyimiy sayyohlar oqimini shkillantirish belgilab qo‘yildi. Bunga o‘xshash qonun loyhalaridan yana biri Jizzax viloyatida joylashgan Aydar-Arnasoy ko‘llariga qaratildi. Unda shunday belgilab qo‘yildi “O‘zbekiston milliy teleradiokompaniyasiga, O‘zbekiston Milliy axborot agentligiga ommaviy axborot vositalarida mazkur qarorning mazmuni va ahamiyatini keng yoritish, aholiga yetkazish, shuningdek, Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tomonidan Aydar-Arnasoy ko‘llar tizimining turizm salohiyatini targ‘ib qilish bo‘yicha tayyorlangan reklama materiallarini teleradiokanallarda bepul yoritib borish tavsiya etilsin”. Bundan tashqari qarorlarning birida milliy reklamalarni xalqaro miqyosda reklama qilish uchun keng imkoniyatlar davlat tomonidan yaratib berilishi belgilab qo‘yildi. Ushbu qarorning bu qismidan ma’lum bo‘ldiki reklama loyhalarini keng jamoatchilikka tatbiq etish dolzarb masaladir.

O‘tgan yillar mobaynida xorijdan keluvchi you tube blogerlari va boshqalar hamda o‘zbekiston fuqarolari uchun ham uchuvchisiz boshqariladigan aparatlardan turizm maqsadida foydalanish uchun ko‘plab cheklovlar olib tashlanganligi ham turistil obyektlarni sifatli reklama qilish imkoniyatini yaratmoqda. Sifatli reklamalarni tashkil etish bevosita sotishi rag‘batlantiradi va samaradorlikni oshiradi.

Yaqin yillar ichida O‘zbekistonda turizmدا sotishni rag‘batlantirish uchun ko‘plab usullardan foydalanilmoqda bunga misol qilib deyarli har yili o‘tqazilib

kelinayotgan “Toshkent xalqaro turizm yarmarkasi”ni aytish mumkin. Unda mahalliy va xalqaro turistik tashkilotlar ko‘plab kelishuvlar imzolashmoqda hamda o‘zlarining mahsulotlarini shu yerning o‘zida reklama qilmoqda. Bu kabi festivallar va tadbirlar sifatli reklamalarning kengroq tarqlishiga yordam bermoqda.

Xulosa qilib aytish kerakki keyingi yillar mobaynida turizmda qilinayorgan islohotlar malakar turistik resurslarini kengroq tarqalishiga yordamm bermoqda. Reklamalarning o‘rnini to‘g‘ri anglagan holda hukumat kerakli ishlarni davomli tarzda olib bormoqda. Ayrim kamchiliklar uchrasada (sayyohlarning ishonchli ma’lumotlarni topishidagi kamchiliklar kabi) lekn turizm mamalakatda yuksaklikka siljib bormoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 02.12.2016 yildagi PQ-2666-son/ O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH DAVLAT QO‘MITASI FAOLIYATINI TASHKIL ETISH TO‘G‘RISIDA.
2. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 22.04.2019 yildagi 347-son/ AYDAR-ARNASOY KO‘LLAR TIZIMINING BIOLOGIK RESURLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI YANADA OSHIRISH CHORA-TADBIRLARI TO‘G‘RISIDA.
3. K.M..Ibodov.TURIZMDA MARKETING_Toshkent/Fan va texnologiyalar nashriyoti,2018-yil.
4. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Reklama>