

XORAZMDA GASTRONOMIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISH

Turizmda Reklamaning Ahamiyati

Toshkent, O'zbekiston

ruzimatovasahlo94@gmail.com

Annotatsiya:

Mazkur ilmiy tezisdagi reklama va uning turizmdagi ahamiyati, uning to'g'ri yuritilishi bo'yicha huquqiy-normativ hujjatlarning mavjudligi, uning qanday turlari bor va turizmni rivojlantirishda qanday reklama turlaridan foydalangan ma'qulroq ekanligi haqida fikr va mulohazalar keltirilgan.

Kalit so'zlar: Reklama, qonun, turistik firma, internet tarmoqlari, mahsulot imidji, turizm rivojlanishi.

Annotation:

This scientific thesis provides opinions and considerations about advertising and its importance in tourism, the presence of legal and regulatory documents on its proper maintenance, what types it has and what types of advertising are better to use in the development of Tourism.

Keywords: Advertising, law, tourist firm, internet networks, product image, Tourism Development.

Reklama — har qanday reklama vositalaridan foydalangan holda tarqatiladigan, mazmuni O'zbekiston Respublikasi hududida bo'lgan reklamadan foydalanuvchilarga qaratilgan va reklama obyektiga e'tiborni jalb qilish, unga bo'lgan qiziqishni shakllantirish yoki qo'llab-quvvatlash, shuningdek uni bozorda bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadida ilgari surish uchun mo'ljallangan maxsus axborotdir . O'zbekiston Respublikasining 2022-yil 7-iyundagi O'RQ-776-sonli qonuni qabul qilindi. Ushbu qonun reklamaning to'g'ri yuritilishiga, noto'g'ri talqindagi reklamalar esa javobgarlikka tortilishiga hamda moliyaviy sanksiyalar qo'llanilishiga olib keladi .

Har bir firma o'z reklama faoliyatini reklama agentlarini yo'llash yoki reklama xizmati tuzish yoki maxsus reklama agentliklari xizmatlaridan foydalanish asosida amalga oshiradi. Reklamaning samaradorligi ko'p jihatdan talabni o'rganishni

tashkil qilishga bog'liq bo'lib, haridorlar doirasini aniqlash va ularga ta'sir o'tkazish usullariga yordam beradi. Hozirgi davrda reklama matbuot, radio, televideniya orqali olib boriladi, maxsus reklama filmlari namoyish etiladi. Reklama qilish maqsadida plakat, buklet, tovar kataloglari ko'rkam qilib chiqariladi va tarqatiladi. Turizmda reklamanning ahamiyatiga keladigan bo'lsak, deyarli barcha turoperatorlar, turistik firmalar o'z mahsulotini ya'ni turpaketini sotishda, iste'molchilar ya'ni turistik mahsulotni sotib oluvchilar (turistlar) e'tiborini jalb etishda reklamadan unumli foydalanishadi. Turizmda reklamanning tipik maqsadlari quyidagilardan iboratdir:

Axborotlilik;

Ishontiruvchi;

Eslatuvchi.

Ular ham o'z navbatida quyidagilarni o'z ichiga oladi:

Axborotlilik:

- Mahsulot haqida ma'lumot berish;
- Mahsulot imidjini shakllantirish;
- Firma imidjini shakllantirish;
- Firma faoliyati to'g'risidagi tasavurlarni shakllantirish.

Ishontiruvchi:

- Mahsulotni sotib olishga undash;
- Sotishlarni amalga oshirish;
- Mahsulotga munosabatni o'zgartirish;
- Raqobatning teskari ta'siri.

Eslatuvchi:

- Xabardorlik va talabni qo'llab-quvatlash;
- Imidjni tasdiqlash .

Turizm reklamasi ko'pincha quyidagi vositalardan foydalanadi: matbuot, televideniye, radio, videoroliklar, pochta jo'natmalari, transport, sotish joylaridagi reklama doskasi, tashqi va suvenir reklamalari va hokazo. Hozirgi kunda asosan televideniye hamda internet tarmoqlari, ijtimoiy tarmoqlar orqali namoyish etilayotgan reklamalar ommabop sanalib qoldi. Chunki yoshdan tortib yoshi kattalargacha hamma internet tarmoqlarida faol bo'lganliklari bois asosan tadbirkorlar o'z mahsulotlarini ijtimoiy tarmoqlarda, internet saytlarida ko'proq reklama qilishga o'rganib qoldilar. Chunki internet orqali qilingan reklama ko'p



auditoriyanı qamrab oladi. Natijada o'sha mahsulotga bo'lgan qiziqish ham auditoriyaga qarab kengayib boraveradi.

Turizmni yanada rivojlantirish borasida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Qadimiy obidalarimiz atrofida milliy kiyimlar kiygan holda rango-rang tasvirlarga boy bo'lgan fotossesiyalar o'tkazish va internet tarmoqlariga joylab turistlar e'tiborini jalb etish;

Marketing tadqiqotlaridan samarali foydalanish;

Xonandalarimiz tomonidan xorijiy tilda yurtimizni go'zalligini ta'riflovchi zamonaviy qo'shiqlar kuylab, ijtimoiy tarmoqlarda uzatib borish;

O'zbekistondagi shopping markazlari haqida video rolik tarzida ma'lumotlar berish;

Tibbiyot markazlari xizmatlarini reklama qilish;

Shifobaxsh yerlar haqida xorijiy tillarda maqolalar yozish va tadqiqotlar o'tkazish va h.k.zolar.

Xulosa qilib shuni aytishim mumkinki, turizmni rivojlantirishda reklamadan samarali foydalanish hozirgi kunning talabi desam adashmagan bo'laman. Shiddat bilan rivojlanayotgan zamonda zamonning talabiga mos keladigan reklama turlaridan foydalanib, turistik mahsulotlarimizni dunyoga namoyish eta olmasak, turistlar oqimini kengayishiga ham erisha olmaymiz. Shunday ekan, mavjud imkoniyat va bilimlarni ishga solib, Vatanimizning so'lim go'shalari, shifobaxsh suvlari, dam olish maskanlari, milliy taomlari, milliy va zamonaviy urfdagi liboslari, urf-odat va qadriyatlarini o'zida mujassam etadigan zamonaviy talqindagi qiziqarli reklamalar tayyorlab, dunyoga namoyish eta olsak, bu diyorga tashrif buyuradigan turistlarning qadami uzulmay qolishiga albatta erisha olamiz.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Reklama to'g'risidagi qonun kuchga kirdi nomli maqola//09.09.2022//<https://yuz.uz/uz/news/reklama-togrisidagi-qonun-kuchga-kirdi-sayti-ma-lumotlari>
2. O'zbekiston Respublikasining 2022-yil 7-iyundagi O'RQ-776-sonli qonuni//<https://lex.uz/docs/-6052631>
3. Qudratov Q.X., Tuxliev I.S. «Turizm iqtisodiyoti». SamISI., S.: 2007.