

МИНТАҚА ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ БЎЙИЧА МАЛАЙЗИЯ ТАЖРИБАСИ

Илҳамова З.П.

Урганч давлат университети таян докторанти

Аннотация. Ушбу мақолада минтақа туризмини ривожлантиришда рақамли маркетингдан фойдаланишнинг Малайзия тажрибаси бўйича билимлар даражаси ўрганилган.

Калит сўзлар: туризм, маркетинг, рақамли маркетинг, вирусли маркетинг, таъсир қилувчи (инфлуенсер) маркетинг

Мамлакатимизда минтақа туризмини ривожлантиришда рақамли маркетингдан фойдаланиш ҳамда ушбу соҳага замонавий ахборот-коммуникация технологияларини кенг жорий этиш бўйича комплекс чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан “Рақамли Ўзбекистон - 2030” стратегиясини тасдиқланиши ва Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022-2026 йилларга мўлжалланган “Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси” тўғрисидаги ПФ-60 сонли Фармони¹ нинг қабул қилиниши мамлакатимизда янги кўникмалар, малакалар ва билимларни ривожлантиришга кенг имкониятлар яратмоқда. Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясида Хорижий туризм бозорларида мамлакат туризм салоҳиятини тарғиб қилиш орқали Республикага ташриф буюрадиган хорижий туристлар сонини 2026 йилгача 9 млн нафарга етказиш белгиланган (ПФ-60-сон) бўлиб, рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда ушбу мақсадни амалга оширишда мақсадли бозорларда маркетинг тадқиқотларини олиб бориш, давлатлар кесимида туристик маршрутларини ишлаб чиқиш; хорижий мамлакатларда халқаро туризм кўرғазма ва ярмаркаларда миллий стенд билан иштирок этиш; томошабинлар қамрови кенг

¹2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида” ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони ПФ-60 сонли. 2022-йил. 28-январ.
www.pedagoqlar.uz

бўлган оммабоп блогерлар ҳамда инфлюэнсерлар учун мамлакат бўйлаб инфо турлар ташкил қилиш асосий йўналишлар қилиб белгиланган. Ушбу йўналишларни ривожлантиришни назарда тутувчи мавжуд жаҳон тажрибаси кўплаб муваффақиятли моделлар, самарали маркетинг воситаларини таклиф этади. Шу нуқтаи назардан жаҳон тажрибаси амалий ва назарий жиҳатдан алоҳида қизиқиш уйғотади. Фикримизча, белгиланган йўналишларни амалга оширишда хорижий давлатларнинг мавжуд тажрибасини ўрганиш бизга комплекс ёндашувни ишлаб чиқиш, самарали воситалар ва истиқболли ечимларни аниқлашга имкон яратади.

Ҳозирда рақамли технологиялар туризмда мақсадга эришишнинг энг қисқа ва самарали усули ҳисобланади.² Туристик маршрутдан яқуний фойдаланувчи минглаб километр узоқликда бўлиши мумкинлиги сабабли, рақамли маркетинг туризм саноатида муҳим рол ўйнайди. Сўнгги ўн йил ичида халқаро майдонда рақамли маркетинг туризм соҳасида умумий маркетингнинг муҳим таркибий қисмига айланди.³ Бугунги кунда кўплаб иқтисодчи олимлар тадқиқотларида рақамли маркетинг йўналишларини ўрганиш ва такомиллаштиришга эътибор қаратилмоқда. Рақамли маркетинг бизнес ва истеъмолчилар ўртасида рақамли ёки электрон воситалари орқали алоқа сифатида ифодаланиб, анъанавий маркетингдан фарқли ўларок, манба ва қабул қилувчи ўртасида кўпроқ ўзаро алоқалар ёки мулоқотларни осонлаштиради.⁴ Рақамли маркетинг тадқиқотчилар томонидан тўлиқ ва чуқур таҳлил қилинмаган нисбатан янги концепциялардан ҳисобланиб, у ўз ичига контент маркетинги, ижтимоий медиа маркетинги, вирусли маркетинг, таъсир қилувчи (инфлуенсер) маркетинг каби замонавий маркетинг воситаларини қамраб олади.⁵ Қуйида маркетинг ёндашувини тор маънода аниқлаш, брендни тарғиб қилиш ва ривожлантиришга эътибор қаратиш, фаол рақамли маркетинг воситаларини шакллантириш ва халқаро туризм бозорида рақобатбардош позицияларни эгаллаш мақсадида Малайзия тажрибаси кўриб чиқилди.

² Калашников, И. В. Обзор компьютерных программ для агентств [Текст] : руководство для студ. заоч. формы обучения / И. В. Калашников – М. : Изд-во Турифо, 2015. – 220 с.

³ Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Том 13, № 3 (85).

⁴ V. Shankar , E. Maltxaus Interaktiv marketingda o'zaro aloqalar va dialoglarning o'sishi Interaktiv marketing jurnali , 21 (2) (2007) , 1-2 - betlar

⁵ Ascend2. (n.d.). 2019 digital marketing strategies: Survey summary report. Available at <http://ascend2.com/wp-content/uploads/2018/10/Ascend2-2019-Digital-Marketing-Strategies-Report-181005.pdf>

Малайзияда тиббий туризм ва экотуризмни ривожлантириш орқали 2020 миллиондан ортиқ сайёҳларни жалб қилишни мақсад қилган "Малайзия 36 ташрифи" ташаббусига катта эътибор қаратилган бўлиб, туризмга инновацияларга асосланган рақамли маркетинг воситаларини кенг жалб қилишни назарда тутди. Мамлакатнинг маркетинг режаси қуйидаги мақсадларни қамраб олади:

- Микс тарғиботини кучайтириш
- Рақамли маркетингга асосий эътибор қаратиш
- Маҳсулотга асосланган рекламадан ҳиссиётларга асосланган рекламага ўтиш
- Лоялликни ошириш
- Оммавий бозордан мақсадли бозорга ўтиш
- Малайзия туризм брендини мустаҳкамлаш

Мамлакат рақамли маркетинг воситалари фойдаланиш орқали Америка, Европа ва Океания туризм бозорлари учун Малайзияни мукамал туристик дестинация эканлигига ишонтиришни, шунингдек хавфсиз ва жозибали сайёҳлик йўналиши сифатида кенг ассортиментдаги туристик диққатга сазовор жойлар таклифини мақсад қилади.

Малайзия ушбу бозорлар учун қуйидаги рақамли маркетинг фаолиятини амалга оширади:

- Малайзия ҳақида қизиқарли контент яратиш ва рақамли маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш;
- Онлайн ва офлайн реклама, бронлаш платформалари орқали интерактив онлайн кампаниялар, оммавий ахборот воситалари орқали савдо ва авиакомпаниялар билан ҳамкорликни фаоллаштириш ва диверсификатсия қилиш;
- Маҳаллий туроператорлар индивидуал экотуризм пакетларини яратиш ва уни тарғиб қилишда ижтимоий медиа инфлуенсерларидан фойдаланиш;
- Малайзияга турпакетларни сотишга ёрдам бериш ва уларни рағбатлантириш учун турли маҳсулотлар ва сегментлар бўйича махсус модулларга эга саёҳат агентликлари учун электрон таълим платформасини жорий қилиш;



Хозирда Малайзия Америка, Европа ва Океания бозорида В2В ва В2С сегментларига мўлжалланган мос рақамли платформалар орқали онлайн мавжудлигини кучайтирган ҳолда рақамли маркетингга катта эътибор қаратади. Жануби-Шарқий Осиё туризм бозори учун эса диверсификациялашган туристик маҳсулот таклифларини самарали етказишни мақсад қилган. Хориж тажрибаларидан кўриниб турибдики, бугунги кунда туризм соҳасини ривожлантиришда рақамли маркетингнинг аҳамияти ортиб бормоқда. Бизнинг фикримизча, мамлакат туризм салоҳиятини оширишда ривожланган мамлакатлар тажрибасини қўллаш, рақамли платформалардан фойдаланиш йўналишларини такомиллаштириш, ижтимоий медиядан фойдаланиш учун махсус дастурларни яратиш ва рақамли маркетинг элементларидан фойдаланишни амалиётга кенг тарғиб қилиш мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

1. 2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида” ги Ўзбекистон Республикаси президентининг фармони ПФ-60 сонли. 2022-йил. 28-январ
2. Калашников, И. В. Обзор компьютерных программ для агентств : руководство для студ. заоч. формы обучения / И. В. Калашников – М. : Изд-во Туринфо, 2015. – 220 с.
3. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Том 13, № 3 (85).
4. V. Shankar, E. Malthaus interactive marketing interaction and dialogue growth Interactive marketing Magazine , 21 (2) (2007) , 1-2 – pages
5. A. Coca-Stefaniak, S. Carroll Traditional or experiential places? Exploring research needs and practitioner challenges in the management of town centres beyond the economic crisis Journal of Urban Regeneration and Renewal, 9 (1) (2015), pp. 35-42
6. TOURISM MALAYSIA MARKETING PLAN 2022-2026
7. <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard>