

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

M.Z. NURFAYZIYEVA

TURIZM MARKETINGI

O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus, kasb-hunar ta‘limi o‘quv-metodik birlashmalari faoliyatini Muvofiqlashtiruvchi Kengash tomonidan 5610100 - “Xizmatlar sohasi (turizmni tashkil etish va boshqarish)” ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun o‘quv qo‘llanma sifatida tavsiya etilgan.

TOSHKENT – «IQTISODIYOT» – 2019

MUNDARIJA

KIRISH	12
1-bob. «TURIZM MARKETINGI» FANINING ASOSIY MAQSAD VA VAZIFALARI	14
1.1. Turizm marketingning mohiyati	14
1.2. Turistik marketingning o‘ziga xos jihatlari	21
1.3. Turizm marketing tizimini tashkil etish	29
2-bob. XIZMATLAR MARKETINGINING O‘ZIGA XOS JIHATLARI	35
2.1. Turistik xizmatlar xususiyatlari.	35
2.2. Turistik xizmatlar marketingiga globallashtirish jarayonining ta‘siri	47
2.3. O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar bozorini rivojlanishi	51
3-bob. TURIZM BIZNESIDA MARKETING MUHITI TAHLILI	56
3.1. Turistik korxonaning muhitini o‘rganish	56
3.2. Turistik korxonaning tashqi va ichki muhiti	61
3.3. Tashqi muhitdagi omillarning ahamiyatlilik darajasini aniqlash	63
4-bob. TURIZM XIZMATLARI BOZORINING MARKETING TADQIQOTLARI	67
4.1. Marketing xizmatlarining kuchli tuzilmasini tashkil etish	67
4.2. Marketing xizmati vazifasini belgilash.	69
4.3. Marketing nazorati tizimi	71
5-bob. TURIZM MARKETINGINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	74
5.1. Turistik korxonalar marketingining rivojlanish tendensiyalari	74
5.2. Turistik korxonalarda marketingni rivojlantirish.	77
5.3. Turistik xizmatlarga bo‘lgan talab o‘zgarishning zamonaviy yo‘nalishlari	80
6-bob. TURIZM FAOLIYATIDA MARKETING KONSEPSIYASI	85
6.1. Turizm faoliyatida marketing konsepsiyasi	85
6.2. Turistik korxonalarida marketing strategiyasi	89
7-bob. TURISTIK BOZORNI SEGMENTLASH	100
7.1. Turistik bozorni segmentlash asoslari	100
7.2. Segmentlash mezonlari (belgilari)	103
7.3. Turistik bozorni bir necha belgilar bo‘yicha segmentlash.	108
7.4. Maqsadli bozorlarni aniqlash.	111
8-bob. TURISTIK XIZMATLARNING ISTE‘MOLCHILARI	115
8.1. Iste‘molchi xulq-atvori asoslari	115
8.2. Iste‘molchilarga turistik biznes subyektlari tomonidan ko‘rsatilgan xizmatlar darajasi.	120
8.3. Turistik korxonalarda iste‘molchilar uchun axborot manba‘lari	125
9-bob. TURISTIK XIZMATLARNING HAYOTIY DAVRI.	129
9.1. Turistik mahsulot va uning hayotiy davri	129
9.2. Turistik mahsulotning ishlab chiqarilishi	133