

ЁШЛАР ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

*Навроз-зода Бахтиёр Шохрў –
БухДУ докторанти*

Аннотация: Мақолада ёшлар туризмнинг коронавирус пандемиясидан олдин ва кейинги ривожланиш ҳолати таҳлили келтирилган. Статистик маълумотларга асосланган ҳолда ёшларнинг мобил иловалар ва электрон бронлаш орқали ўз саёҳатларини ташкиллаштириш имконияти очиб берилган. Шунингдек, пост пандемия шароитида туризмни тиклаш учун бир қатор янги тенденциялар таклифи келтирилган.

Калим сўзлар: ёш авлод, ёшлар туризми, электрон бронлаш, мобил илова, интернет, ижтимоий тармоқлар, тенденция.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

*Навроз-зода Бахтиёр Шохру –
Докторант БухГУ*

Аннотация: В статье представлен анализ развития молодежного туризма до и после корона вирусной пандемии. На основе статистических данных раскрывается возможность для молодых людей организовать свои путешествия с помощью мобильных приложений и электронного бронирования. Также, предлагается ряд новых тенденций для восстановления туризма в условиях постпандемии.

Ключевые слова: молодежь, молодежный туризм, электронное бронирование, мобильное приложение, интернет, социальные сети, тенденция.

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM

*Navroz-zoda Bakhtiyor Shohro –
BukhsU doctoral student*

Abstract: The article presents an analysis of the development of youth tourism before and after the coronavirus pandemic. On the basis of statistics, it is reported that young people can organize their travels through mobile applications and electronic reservations. Also, a number of new trends are proposed for tourism recovery in post-pandemic conditions.

Keywords: young generation, youth tourism, e reservation, mobile application, internet, social network, tendency

Кириш. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномасида 2021 йилни “Ёшларни қўллаб қувватлаш ва аҳоли саломатлигини мустаҳкамлаш” йили деб эълон қилиб, ёшларга эътибони кучайтиришни таъкидлаб ўтдилар. “Ёшларимиз ўз олдида катта марраларни қўйиб, уларга эришишлари учун кенг имкониятлар яратиш ва ҳар томонлама кўмак бериш – барчамиз учун энг устувор вазифа бўлиши зарур. Шундагина фарзандларимиз халқимизнинг асрий орзу-умидларини рўёбга чиқарадиган буюк ва қудратли кучга айланади” дейдилар юртбошимиз[1]. Ҳақиқатан ҳам, сўнгги йилларда ёшларга эътибор кучайиб бормоқда. Барча соҳаларда, тадбиркорлик бўладими, таълим масаласими, умуман ёшлар билан боғлиқ кенг имкониятлар яратилмоқда. Шу билан бирга ёшларни чет эл мамлакатларининг нуфузли таълим муассасаларида ўқишлари учун қулай шарт-шароитлар яратилиб берилмоқда.

Бундан ташқари, давлатимиз раҳбари шахсан ёшлар билан учрашув ўтказиб, улар учун яратилаётган имкониятлар билан таништириб ўтдилар. Ёшларни шундай сўзлар билан руҳлантирдилар юртбошимиз: «Мен ҳар гал ёшлари-

миз билан учрашганимда сизларнинг ғайрат-шижоатингиздан куч-қувват оламан, кўнглим тоғдай кўтарилади. Ҳар бирингиз жонажон Ватанимиз ва халқимизга сидқидилдан хизмат қилиш орзуси билан ёниб яшаётганингизни яхши биламан. Сизларни Ўзбекистоннинг энг катта бойлиги, бебаҳо хазинаси сифатида қадрлайман»[2]. Ушбу фикрлар шунчаки айтиб ўтилмади, ёшларга янада кўпроқ имкониятлар яратиш мақсадида ҳар бир вилоятда “Ёшлар форуми” ўтказилиб келинмоқда. Форумда нафақат Ўзбекистон ёшлари, балки қўшни мамлакат Қирғизистон ёшлари ҳам иштирок этдилар. Бундай тадбирларни уюштириш натижасида ёшлар орасида туризмни ривожлантиришга ҳам эришилмоқда. Форумга қатнашиш билан бирга, ёшлар мамлакатимиз ичида саёҳатни амалга ошириш имконияти туғилмоқда. Бундан ташқари бошқа мамлакатлардан келган ёш қатнашувчилар ички туризмнинг ривожланишига туртки бўлади.

Мақолада ёшлар туризмни ривожлантириш ва унинг замонавий тенденцияларини ишлаб чиқиш масаласи ёритилган. Бундан асосий мақсад мамлакатимизда ёшлар туризмни янада ривожлантириш, ёшларнинг бутун дунё

мамлакатларига ҳеч қандай муаммосиз саёҳат қилишларига эришишдир. Ва аксинча Ўзбекистонимизга ташриф буюрувчи туристлар қаторини ёшлар билан тўлдириш ҳам асосий масалалардан биридир.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Ёшлар туризмни ривожлантириш мавзусида кўплаб олимлар, жумладан Теплова Д.С. [14], D Chapman [15], Орловская В.П. [16], Ахророва Н.У. [17], Ayalon, Y., & Schnell, I. [18], Boukas, N., & Sourouklis, C. [19], Chen, J.S., Johnson, C., & Labben T.G. [20], Carr, N. [21], Horak, S., and Weber, S. [22] каби хорижлик ва мамлакатимиздаги олим ва изланувчилар тадқиқот олиб борилган бўлишса, лекин, туризмни ушбу турини коронавирус пандемиясидан кейинги даврда ривожлантиришнинг самарали тенденциялари ўрганилмасдан қолиб келинмоқда. Бу эса ёшлар туризмни жадал ривожлантириш бўйича изланишлар олиб бориш зарурати ва долзарблигига асос бўлиб хизмат қилади.

Тадқиқот методологияси. Мақолада монографик усулида “ёшлар туризми” атамасини таҳлил қилган ҳолда, унга мансуб бўлган сайёҳларнинг ёши чегараси аниқлаштирилган. Контент таҳлил усулидан фойдаланиб, ёшлар туризмни ривожлантиришнинг босқичлари ажратилган. Шунингдек, мақолани ёзишда статистик гуруҳлаш, эконометрик моделлаштириш, мантиқий таҳлил ва бошқа усуллардан фойдаланилган. Мақоланинг назарий ва методологик асоси сифатида туризм соҳасини ривожланишига оид мамлакатимизда ишлаб чиқилган устувор вазибалар, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг туризмни ривожлантиришга доир қабул қилган фармон ва қарорлари ҳамда мақола мавзусига оид илмий манбалар бўлиб ҳисобланади. Мақоланинг ахборот базаси сифатида Бутунжаҳон туризм ташкилоти ва Ўзбекистон Республикаси туризм ва спорт вазирлиги маълумотларидан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Ёшлар туризми халқаро туризмнинг жадал ривожланаётган соҳаларидан бирига айланиб бормоқда. Халқаро миқёсда саёҳат қилаётган миллиарддан зиёд сайёҳларнинг 23 фоизини ёшлар ташкил этади (2017 йил бўйича). Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, 2017 йилда ёш туристлар сони 304 млн.ни ташкил этди ва уларнинг бозордаги улуши 250 млрд. евро дан иборат [6]. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг (UNWTO) маълумотларига кўра [3], 2018 йилда дунё бўйлаб сайёҳлар сони 1.4 млрд. кишини ташкил қилган, шундан 25 фоизини 30 ёшгача бўлган туристлар ташкил этмоқда. 2019 йилда эса бу кўрсаткич яна 6 фоизга ўсди [5].

БТТнинг 2016 йилдаги прогнозига кўра 2020 йилга келиб ёш туристлар ташрифи 370

млн.га етиши кутилган эди [7]. Аммо бу йил туризм соҳаси учун мудҳиш йил бўлиб қолди. Коронавирус пандемияси натижасида халқаро сайёҳлик ташрифлари ўтган йилга насбатан 74 фоизга камайди. Бу кўрсаткич 2009 йилги глобал иқтисодий инқироз пайтида қайд этилган 4% пасайиш билан таққосланади [5].

Кўпгина экспертлар яқин келажакни башорат қилиб, пандемиядан олдинги даражага 2023 йилдан олдин қайтишни кўрмаяптилар. Фактга кўра, респондентларнинг 43 фоизи 2023 йилгача қайта тикланишни таъкидламоқда, уларнинг 41 фоизи эса 2019 йилги даражага қайтиш 2024 йил ёки ундан кейин содир бўлишини кутмоқдалар. UNWTOнинг 2021-2024 йилларга мўлжалланган чора-тадбирлар режаси шуни кўрсатадики, халқаро туризм 2019 йил даражасига қайтиши учун икки ярим йилдан тўрт йилгача вақт кетиши мумкин [8].

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони [4] асосан мамлакатимизга ёш сайёҳларни жалб қилиш учун қулай шарт-шароитлар яратиш, ёшларни жалб этувчи маданий-кўнгилочар тадбирлар ташкил этиш, ёш сайёҳлар учун имтиёзлар бериш тизимини яратиш ҳамда тегишли инфратузилмани барпо этиш қабиларни ўзида акс эттирувчи ёшлар туризмни ривожлантириш концепцияси ишлаб чиқилди.

БТТ маълумотларига кўра, дунё бўйлаб туристлар орасида ёшлар сони ортиб бормоқда. Ўзбекистонга 2018 йил якунлари бўйича 5.3 млн. хорижий турист ташриф буюрган бўлса, шундан 1,5 млн.дан ортигини ёшлар ташкил этади [3]. Мамлакатимизга ташриф буюрувчи сайёҳларнинг ўртача ёши 2010 йилда 60 ёшни ташкил этган бўлса, бугунги кунга келиб 45 ёшни ташкил этмоқда. Бу эса мамлакатимизга ташриф буюрувчи туристлар орасида ёшлар кўпайиб бораётганлигидан далолатдир.

Мамлакатимизда ички туризмни ривожлантириш ва ёшлар туризмни оммалаштириш борасидаги саъй-ҳаракатлар натижасида 2018 йилда маҳаллий туристлар сони 14 млн.дан ортди. Бу борада туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан “Tourism challenge” танлови, “Charity tour” акцияси ва шу каби кўплаб тадбирлар ташкил этилди [3].

Ўзбекистонда ёшлар туризмни ривожлантириш Концепциясининг ишлаб чиқилиши мамлакатимизда туризм турларини янада диверсификациялаш, юртимизга ёш туристларни фаол жалб қилиш бўйича устувор мақсад ва вазибаларни белгилаш, туристлар оқимини янада ошириш, кўрсатилаётган туризм хизматлари сифатини яхшилаш ҳамда ёш туристларга мўл-

жалланган туризм инфратузидмасини яратилишини таъминлайди.

Ижтимоий тармоқлар ва ахборот-коммуникация технологияларининг (АКТ) ривожланиши сайёҳларнинг хулқ-атворида муҳим ўзгаришларга сабаб бўлмоқда. Шунингдек, маълумот қидириш, маҳсулот ва хизматларни сотиб олиш, истеъмол қилиш ва баҳолаш усулларида бу яққол намоён бўлади. Хусусан, туристик маҳсулотларнинг ёш истеъмолчилари янги технологиялардан фойдаланувчиларнинг энг юқори фоизини ташкил этади. Ҳозирги кунда ижтимоий тармоқлар ва ахборот-коммуникация технологияларининг ёшлар кундалик ҳаётининг бир қисмига айланиши фактдир. Статистик маълумотларга кўра, ёш сайёҳатчиларнинг 97 фоизи ўз саёҳатидан фото ва видео лавҳаларни кунига икки уч марта ижтимоий тармоқлар билар бўлишади. Уларнинг 87 фоизи Facebook ижтимоий тармоғидан фойдаланишса, 50 фоиздан ортиғи Pinterest ёки Twitter ни афзал кўришади [9].

Ижтимоий тармоқлар бутун дунё бўйлаб тезкор ахборот тарқатишга асосланган, фаол фойдаланувчилар иштирокида бир вақтда кўп фойдаланувчиларга ғоя, фикр, хабар алмашиш имкониятини беради. Ушбу алоқа модели “онлайн оғзаки мулоқот” ёки “электрон оғзаки сўз” (e-Word Of Mouth) деб номланади ва ҳар қандай онлайн ҳаракат ёки фаолият учун асос сифатида хизмат қилади. Ижтимоий тармоқлар ўзида чексиз маълумотларни шу жумладан, кўплаб фойдаси бўлмаган маълумотларни акс эттирганлиги учун туризм соҳаси ушбу имкониятдан максимал даражада фойдаланишга ҳаракат қилади.

Бугунги кунда, ёшларнинг кундалик ҳаётига интернет ва ижтимоий тармоқларнинг таъсири ўз фаолиятида тобора кўпроқ мавқега эга бўлмоқда. Ёшлар туризми ва ижтимоий ахборот воситаларининг сиёсатшунослар ва тадқиқотчилар учун қизиқиш доираси сифатида аҳамияти туризм соҳасини ушбу ўзгариш орқали ёшларнинг эҳтиёжларини рўёбга чиқаришга ва ушбу муаммога ижтимоий медиа оламида кучли иштирок этиш билан жавоб беришга ундайди. Маҳсулот ва хизматларни сотиш марказлари, турли маркетинг усуллари ўрнига сайёҳлик бозори фикр алмашиш, маслаҳатлар, аудио-визуал материаллар ва саёҳатчини ўзига жалб қиладиган исталган нарсани яратмоқда. Шу тарзда туристик маҳсулотлар ва хизматларни реклама қилиш муаммосиз бўлади. Ёшлар ижтимоий тармоқларнинг асосий фойдаланувчилари бўлганлиги сабабли, туризм соҳаси аста секин уларнинг фаолиятига киришга интилиб, аввало ёшларнинг эҳтиёжларини ўрганишга асосланиши ва унинг ўзига хос бозор сифатида туристик

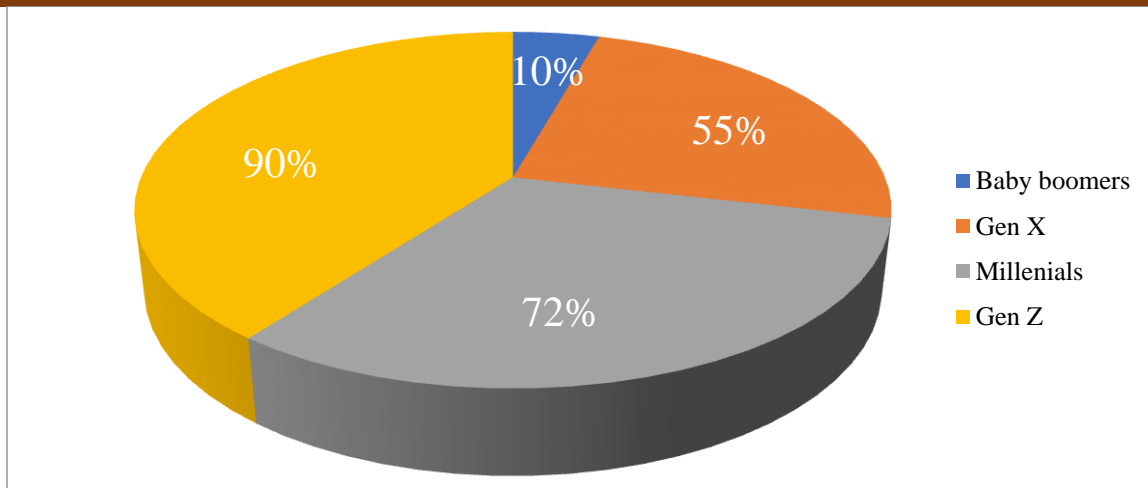
бозорга расмий интеграцияси бўлиши керак бўлган анъанавий туризм соҳасига жиддий ўзгаришларни киритмоқда.

Ёш авлод учун экскурсияларни қидириш ва брон қилиш ҳақида гап кетганда, смартфонлар компьютерларни тўлиқ ўрнини босди десак янглишмаймиз. Дунё бўйлаб 500 миллион фаол Инстаграм фойдаланувчилари ҳар куни 85 миллионга яқин фотосуратларни жойлаштирмоқдалар. Шу билан бирга, 33 ёшгача бўлганларнинг 40 фоизи таътилга борадиган жойни танлашда ҳал қилувчи омиллардан бири "инстаграм" деб аташади [12]. Яъни, улар тенгдошларининг саёҳатларидан лавҳаларни инстаграм ижтимоий тармоғи орқали кўрган ҳолда, ўз саёҳатларини амалга оширишга аҳд қилмодалар.

Саёҳат давомида мобил ечимларга бўлган талабнинг ортиши билан бирга инновацион молиявий технологиялар ҳам фаол ривожланмоқда. Шундай қилиб, бутун дунё бўйлаб саёҳатлар учун 300 дан ортиқ мобил тўлов усуллари мавжуд. Ушбу усуллар орқали жойидан туриб исталган хизмат ёки маҳсулотни харидини мобил телефон орқали амалга ошириш имконияти мавжуд. Янги молиявий воситаларни жорий этиш сайёҳлик компанияларига ўз мижозлари учун фойдаланувчи тажрибасини сифат жиҳатидан яхшилашга имкон беради. Бундан ташқари, турли мобил иловаларининг пайдо бўлиши саёҳатни амалга оширишни янада осонлаштиради. Чунки, улар турли хил хизматларни бирлаштиради ва сайёҳларга ижтимоий тармоқларни кузатиб бориш, харидлар қилиш, озиқ-овқат буюртма қилиш, чипталар сотиб олиш ва меҳмонхоналарни брон қилиш имконини беради. Айниқса, 5G тармоқлари ва мобил қурилмаларнинг вужудга келиши ва кўпайиб бориши мобил контентнинг янада ҳам юксалишига туртки беради.

Қайд қилиш керакки, ёшлар кексалар ва ўрта ёшлиларга нисбатан смарт воситалар, ижтимоий тармоқлардан ва турли ахборот воситаларидан фаолроқ фойдалана олишлари сабабли ёшлар туризми бошқа туризм шаклларига нисбатан тезроқ ривож топади. Фактга кўра, 75 фоиз ёшлар ўзларининг смартфонларида саёҳат дастурларини ўрнатганлар, катта ёшдагилар билан таққослаганда эса бу кўрсаткич 47 фоизни ташкил этади (1-расм).

Биринчи расмда сайёҳлар ёш бўйича 4 авлодга бўлиниб, ҳар бир авлод қанча фоизда мобил қурилмалар ва онлайн дастурлардан фойдаланган ҳолда ўз саёҳатини амалга ошириш кўрсаткичи акс эттирилган. Биринчи авлод, 1946-1964 йиллар оралиғида туғилган “Baby boomers” (II жаҳон урушидан кейин, бейби бум пайтида туғилганлар) тоифасига мансуб кишилардир.



1-расм. Ёш бўйича сайёҳларнинг мобил қурилмалар ва онлайн дастурлардан фойдаланган ҳолда саёҳатларини ташкиллаштиришлари

Манба: <https://www.condorferries.co.uk/travel-statistics-by-age-group> маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

1-расмдан кўриниб турганидек, уларнинг 10 фоизигина мобил бронлаштириш орқали саёҳатларини амалга оширадилар, қолган 90 фоизи эса анъанавий бўлмиш турагентликлар орқали тайёр турлар сотиб олиб саёҳат қилишни афзал кўришадилар.

Иккинчи авлод, 1965-1980 йилларда туғилган “Generation X” ёхуд “X-авлодлари” дир. Уларнинг биринчи авлодга нисбатан мобил қурилмалар ва онлайн дастурларидан фойдаланиш даражаси анчагина юқори - 55 фоизни ташкил этади. Кейинги авлод “Millenials” ёхуд 40 ёшга етганлар, яъни 1981-1996 йилларда туғилганларни ўз ичига олади. Бу авлод ёш саёҳатчилар авлодидир ва уларнинг 72 фоизи интернет орқали саёҳат қилишни танлайдилар. Булар биринчи ва иккинчи авлодларнинг фарзандларидир. Сўнгги авлод “Generation Z” ёхуд “Z-авлодлари” бўлиб, 1997-2012 йилда туғилганларни ўз ичига олади. Буларни интернет технологиялар асрининг авлодлари десак бўлади. Чунки интернет, мобил қурилмалар ўсмир ёшдагилар ҳаётининг бир қисмидир. Шунинг учун ҳам уларнинг 90 фоизи интернет орқали ўз саёҳатларини амалга оширишни афзал кўришади.

Онлайн туризм саёҳат соҳасида муҳим ва ўсиб бораётган рол ўйнайди. Фактга кўра, онлайн контент ҳозирда саёҳат учун маълумотларнинг асосий манбаи бўлиб, барча анъанавий медиа ва маркетинг шаклларида устундир. Сайёҳлик корхоналари истеъмолчилар билан онлайн маркетинг, ижтимоий медиа, саёҳат дастурлари, қидирув функциялари ва брон платформалари орқали боғланади. Ушбу хилма-хил маълумот манбалари ва савдо каналлари туризм соҳасини тобора кучайиб боришига хизмат қилади. Онлайн сайёҳлик фаолияти туроператорлар, сайёҳлик агентликлари ва виртуал майдонда туризм билан боғлиқ манфаатларга эга бўлган бошқа субъектларни махсус портал орқа-

ли жалб қилади. Интернет туризм соҳасида ҳам маълумот манбаи, ҳам савдо канали сифатида хизмат кўрсатади.

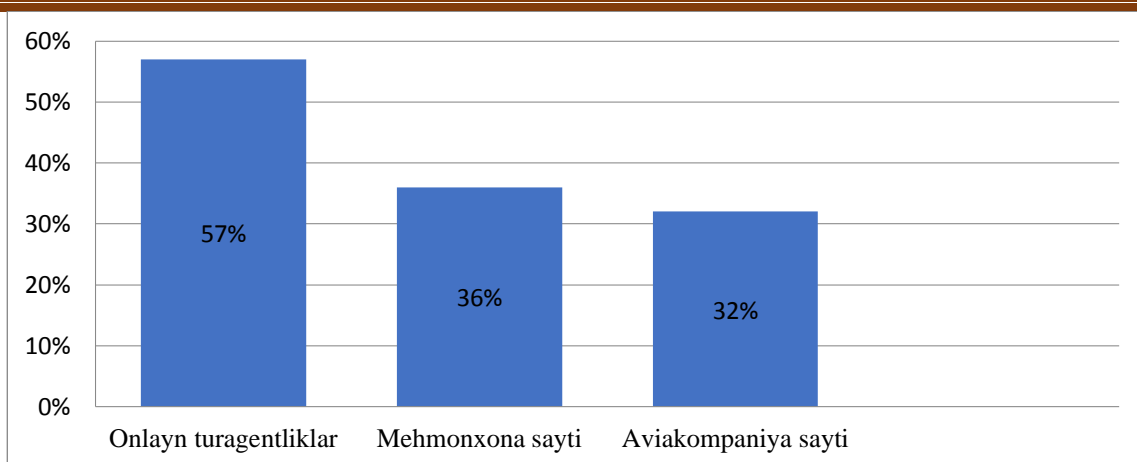
Онлайн туризм фойдаланувчилар учун куйидагиларни ўз ичига олади: электрон маълумот (e-information), электрон брон (e-reservation) ва электрон тўлов (e-payment).

➤ Электрон маълумот босқичи махсус порталларда, электрон брошуралар, аудиогиidlар, фотоалбомларда, реал вақт расмларда ёки видео клипларда маълумотларни тақдим этишни ўз ичига олади. Ҳаттоки, блогерлар орқали саёҳат журналлари ёки “Виртуал Турист” каби виртуал жамоалар, ва виртуал шаҳарлар бўйлаб гидларни тақдим этади.

➤ Онлайн бронлаш асосан меҳмонхоналар, авиакомпаниялар ва автомобилларни ижарага олиш хизматларида қўлланилади.

➤ Истеъмолчилар тўловлар атиги бир неча сентни ташкил этсада, кредит карталар, электрон чеклар ва рақамли пуллардан фойдаланишлари мумкин. Интернетдаги кўпгина электрон тўлов тизимлари ҳар куни ишлатиладиган кредит тизимлари, масалан, кредит карталар, чеклар ва бошқаларга тенгдир. Ҳатто валютани кўрсатадиган рақамли пул ҳам мавжуд.

Мобил Интернетдан фойдаланиш кўрсаткичи ҳам ўсиб бормоқда. Тадқиқотларга кўра Европа Иттифоқи бўйлаб 10 та уяли телефондан 6 нафари ўз смартфонларидан Интернетга кириш имкониятига эга [11]. Смартфонлар одамларнинг Интернетдан фойдаланиш йўлини яхши томонга ўзгартирмода, яъни улар бир саёҳатда бўла туриб, кейинги саёҳатни режалаштириш ва бронлаш имкониятига эга бўлмоқдалар. Европа Иттифоқининг барча мамлакатларида ёш авлод ўртасида ижтимоий тармоқларнинг кенг тарқалиши, онлайн контентнинг таъсири тобора ўсиб боришини кўрсатмоқда (2-расм).



2-расм. Ёш авлоднинг электрон брондан фойдаланиш кўрсаткичлари

Манба: <https://www.thewanderingrv.com/millennials-travel-statistics/> маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

Онлайн сотувлар ва ўрнатилган ишончли савдо платформаларидан фойдаланиш кичик сайёҳлик корхоналарига катта бозорларга киришга ёрдам беради. Фақатгина маҳаллий сайёҳларга ўз турларини сотадиган туристик агентликлар хорижий бозорларга ҳам турларини онлайн таклиф қилишлари мумкин бўлади.

Онлайн туризм асосан ахборот тарқатишга боғлиқ, аммо асосий мақсад электрон савдо технологияларидан фойдаланган ҳолда жисмоний ва вақт тўсиқларини йўқ қилиш, тўғридан-тўғри сотишдан иборат. Меҳмонхона мисолида айтганда, улар электрон бронлаштириш усули билан бир қаторда анъанавий усулда бронлаштириш хизматидан ҳам фойдаланади. Тўғридан-тўғри сотиш туризм корхоналари учун бир қатор афзалликларга эга бўлган, шу жумладан, автоматлаштириш, турагент комиссиясини олиб ташлаш, Интернет брон қилиш харажатларини анъанавий усулларга нисбатан камайтириш ва Интернетга киришнинг янги усуллари туфайли бронларни кўпайтириш каби катта имкониятдир.

2-расмда ёш саёҳатчиларнинг ўз смартфонлари орқали турли бронлаш йўлларида фойдаланилган ҳолда саёҳатларини режалаштиришлари факт-рақамларда келтирилган. Бунга кўра турагентликлар, меҳмонхона сайти ҳамда турли авиакомпания сайтлари орқали онлайн бронлаштириш имконияти мавжуд. Онлайн турагентликлар орқали тўғридан тўғри тур сотиб олса бўлади. Меҳмонхона ва авиакомпания сайтлари орқали фақатгина тунаш учун номер ёки самолётга чипта сотиб олиш мумкин. Расмдаги статистик маълумотларнинг кўрсатиши бўйича ёшларнинг 57 фоизи тайёр туристик пакетларни онлайн сотиб олиб, саёҳат қилишни афзал кўрадилар. Қолган 36 фоиз эса қандай меҳмонхонада тунашни шахсан танлаб шу меҳмонхона сайти орқали номерларни бронлайдилар. 32 фоиз ёшлар эса қайси ҳаво йўли орқали учишни танлашни муҳим деб ҳисоблашади.

Смартфонлар одамларнинг Интернетдан фойдаланиш йўлини яхши томонга ўзгартирмоқда, яъни улар бир саёҳатда бўла туриб, кейинги саёҳатни режалаштириш ва бронлаш имкониятига эга бўлмоқдалар.

Коронавирус пандемияси натижасида мамлакатлар ўртасида ҳаво йўли парвозларнинг ёпилиши, сайёҳлар учун мажбурий карантин жорий этилиши ва бошқа кўплаб омиллар туризм соҳасига сезиларли таъсир кўрсатди. Бироқ, бу туризм ўлди дегани эмас - у тирик, аммо бундан буён биз одатланиб қолгандек бўлмайди. "Lodge.Camp" компанияси асосчиси Ростислав Вылегжанин [13] 2021 йилда туризм бозори ва унинг харидорларини қандай ўзгаришлар кутаётганини, янги саёҳат тенденцияларини ишлаб чиқди:

Биринчи ва асосий тенденция: "Staycation" (stay+vacation), "уйга яқин дам олиш" 2019 йилда кемпинглар бўйича нуфузли бизнес-портал "staycation" тенденциясини Буюк Британия ва бошқа Европа мамлакатларидаги асосий тенденциялардан бири сифатида баҳолади. Ушбу тенденциянинг моҳияти шундаки, одамлар ўз мамлакатлари ичида ёхуд ўз вилоятларида дам олишади. Пандемиядан олдин ушбу тенденция уй хўжалиқларининг иқтисодий муаммолари ва дунёдаги умумий беқарорлик билан изоҳланган эди, аммо пандемия "staycation" ни 2020 йил ва, эҳтимол, 2021 йилнинг асосий тенденцияларида бирига айлантirdи. Аксарият одамлар ўз мамлакатлари ёки ўз вилоятлари бўйлаб саёҳат қилишади. Шунингдек, шахсий автомобилда минтақалараро қисқа муддатли саёҳатлар ҳам трендга кирмоқда.

Glamping. Ушбу тенденциянинг моҳияти сайёҳларни ёввойи табиат шароитида меҳмонхона қулайлиги билан таъминлашдан иборат. Бундан ташқари, глампинг ғоясининг муҳим таркибий қисми – пандемия шароити учун актуал бўлган муаммо индивидуал турар-жой модулларида жойлаштириш имкониятининг

мавжудлигидир. Россияда ушбу тенденция давлат томонидан фаол қўллаб-қувватланиб, модулли меҳмонхоналар қуриш, инфратузилма ва туризм маҳсулотларини ривожлантириш учун 1,2 миллиард рублдан ортиқ маблағ ажратилган. 2021 йилда табиат қўйнида қизиқарли ва шу билан бирга юқори даражадаги қулайликда дам олиш учун кўпроқ имкониятлар пайдо бўлади.

Workation (иш + дам олиш). Пандемия шароитида фрилансерлар ишлаш усули бўлмиш "узоқдан ишлаш" офис ходимлари учун одатий ҳолга бўлиб қолди, кўплаб компаниялар учун эса корпоратив стандартга айланди. Агар доимий равишда офисда бўлишга ҳожат қолмаса, нега табиатда иш ва дам олишни бирлаштирмаймиз ёки турли шаҳарларга саёҳат қилмаймиз (агар минтақалар ўртасидаги чегаралар очиқ бўлса). Биргина талаб – Интернетга кириш имкониятининг мавжудлигидир. Жойлаштириш корхоналари ўз ҳудудларида "coworking" (саёҳатчилар учун иш жойларини) ишга тушириш орқали ушбу тенденцияга мослаша бошладилар.

Business pleasure концепцияси замонавий трендлардан бири бўлиб, масофадан ишлаш формати туфайли пайдо бўлган ва кўплаб ходимларга таътилни кутмасдан саёҳат қилиш имконини беради. Эндиликда меҳмонхоналар хизматларининг машҳур талаблари рўйхатига барқарор интернет, электр тармоқлари, созланадиган столлар ва эргономик стуллар, тинч номерлар киради. Чунки, ходимлар сафарга чиқмасдан ўз яшаб турган ҳудудларида мавжуд меҳмонхоналарда дам олиш билан бирга масофавий сафарларини ҳам ўтказишлари мумкин бўлади. Шунда уларга яратилган қулайликлар ас қотади.

Хулоса. Юқоридаги фикр-ҳоялардан кўришиб турибдики, туризм доим ривожланиб борадиган, бир жойда турмайдиган соҳадир. У ҳар қандай шароитга мослашувчан характерга эга. Ахборот-коммуникация технологиялар, интернет, мобил алоқаларнинг кундан кун янгиланиб бориши, инновацияларнинг пайдо бўлиши на-

тижасида туризм соҳасида рақамли трансформация жараёнлари содир бўлиб, ҳам ўсиб бормоқда. Коронавирус пандемия сабаб бўлган глобал кризис шароитида ҳам туризм соҳаси бир жойда тўхтаб қолгани йўқ. Мобил иловалар туризм соҳасида мустақил саёҳатни кейинги босқичга олиб чиқди. Туристтик фирмалар ва агентликларнинг барча имкониятлари энди чўнтакка бемалол сиғиши мумкин. GPS ва хариталар, валюта калкулятори ва шаҳар кўрсатмаси, луғат ва таржимон дастурлари, қулай меҳмонхоналарни қидириш каби дастурлар тўплами саёҳатларни режалаштиришда вақт ва пулнинг тежалишига ёрдам беради.

Турли тенденцияларни йўлга қўйиш орқали дам олишни ташкил этиш, шу билан бирга мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш имкониятининг мавжудлиги пост пандемия даврида туризмни тиклашга ёрдам беради. Тадқиқот олиб бориш натижасида республикамизда ёшлар туризмни тиклаш ва ривожлантиришнинг инновацион йўллари сифатида қуйидаги тавсияларни берамиз:

- Маҳаллабай ишларни олиб бориб, ҳар бир маҳалладан ёшлар учун экскурсияларни ташкил қилиш, яъни маҳалла ёшларини тўплаб маълум бир туристик ҳудудларга ташриф буюриш имкониятини яратиш. Бунда ҳар кунги ўқиш, иш, оила ташвишларидан зериккан ёшлар ҳам дам олиб, ҳам янги таассуротларга эга бўлишга сазовор бўладилар.

- Мактаб ва лицей ўқувчилари, олийгоҳ талабаларини ҳафтада бир кун музейлар ва диққатга сазовор жойларга сайёҳатга чорлаш. Бу имконият ёшларга ўзи яшаб турган жойлари ҳақида чуқурроқ билиб олишга, бўш вақтларини самарали ўтказишга туртки бўлади.

- Ҳафтанинг бир кунини тегишли соатларда транспортни пулсиз, музей ва обидаларга киришни бепул қилиш имконияти яратилса, нафақат ёшлар, балки бутун республикамизнинг аҳолиси ҳам кўпроқ саёҳат қилишга интиланган бўлардилар.

Манба ва адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг расмий веб-сайти <https://president.uz/uz/lists/view/4057> [21.05.21]
2. Ўзбекистон янгиликлари сайти <https://www.gazeta.uz/uz/2020/12/25/forum/> [21.05.2021]
3. Ўзбекистон Республикаси Туризм ва Спорт вазирлигининг расмий сайти <https://uzbektourism.uz/news/view?id=662> [20.04.2021]
4. Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси <https://lex.uz/docs/4474527> [21.05.2021]
5. UNWTO расмий сайти <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456> [06.04.2021]
6. Youth Travel New Horizons IV What the youth travel market is really about <https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2018/06/New-Horizons-IV-Preview.pdf> [26.04.2021]
7. The power of youth travel. Report. V. 2 // Affiliate members report published by UNTWO and WYSE Travel Confederation. – 2016 <https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report-Power-of-Youth-Travel-2016.pdf> [26.04.2021]

8. 2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> [06.04.2021]
9. Millennials Travel Statistics&Trends 2021-2021 <https://www.condorferries.co.uk /millennials-travel-statistics-trends> [15.06.2021]
10. Millennials Travel Statistics and Trends for 2021 <https://www.thewanderingrv.com /millennials-travel-statistics/> [15.06.2021]
11. [The Impact of Online Content on European Tourism, 2017]
12. Названы главные тренды туризма в 2020 году <https://ria.ru/20200116/1563469349.html> [03.04.2021]
13. Основные туристические тренды в 2021 году <https://welcometimes.ru/ opinions/osnovnye-turisticheskie-trendy-v-2021-godu> [03.04.2021]
14. Теплова Дарья Сергеевна Современные тенденции и перспективы развития молодежного туризма // Colloquium-journal. 2019. №10 (34). URL: <https://cyberleninka.ru/ article/n/sovremennye-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-molodezhnogo-turizma> (дата обращения: 27.06.2021).
15. D Charman, Youth Tourism and Volunteer Tourism: New Source of Growth / D. Charman [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cf.cdn.un-wto.org/ sites/all/ files/pdf/ 3.3. s3 wtc 2016 - da-vid charman.pdf> (дата обращения: 05.05.2019).
16. Орловская В.П. Организационно-экономические условия развития молодежного туризма в дестинации. Автореферат дисс...к.э.н.СПб.2004.20 с.
17. Nilufar Uktamovna Akhrorova, (2021). The Conceptual Clarifications Of Youth Travel And Tourism In The Case Of Uzbekistan. The American Journal of Management and Economics Innovations, 3(05), 182-190.
18. Ayalon, Y., & Schnell, I. (2014). German Youth Educational Travel to Israel, Journal of Hospitality & Tourism Education, 26(4): 188-197.
19. Boukas, N., & Sourouklis, C. Conceptualising Youth Tourism in Island Destinations: the Case of Ayia Napa and Protaras, Cyprus. In Conference Proceedings of the International Conference on Tourism (ICOT 2015): From Tourism Policy into Practice: Issues and Challenges in Engaging Policy Makers and End Users London 24-27 June 2015 (65-74).
20. Chen, J.S., Johnson, C., & Labben T.G. (2013). Cross-Cultural Examination of Decision Elements: Youth Tourism in Switzerland, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 24(2): 162-172.
21. Carr, N. (1998). The Young Tourist: A Case of Neglected Research, Progress in Tourism and Hospitality Research, 4(4): 307-318.
22. Horak S., and Weber S. (2000). Youth Tourism in Europe: Problems and Prospects, Tourism Recreation Research, 25(3): 37-44.

ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИНИНГ РИВОЖЛАНИШИ ВА АҲОЛИ БАНДЛИГИ КЎРСАТКИЧЛАРИ ЎРТАСИДАГИ БОҒЛИҚЛИКНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ

Тўрабеков Сохибжон Шербой ўгли -
докторант, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Аннотация: Ушбу мақолада туризм хизматлари соҳасининг мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишидаги роли ва унинг бандлик даражасига таъсири ёритиб берилган. Мамлакатда туризм хизматларини ривожлантириш асосида бандлик даражасини ошириш масалаларига батафсил тўғталган. Шунингдек, мамлакатда аҳолини бандлигини оширишда туризм хизматларининг ролини кўчайтириш бўйича таклиф ва тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: Бандлик, туризм хизматлари, ишсизлик, бандлик кўрсаткичлари

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ВЗАИМОСВЯЗИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЗАНЯТОСТИ

Турабеков Сохибжон Шербой ўгли -
Докторант Самарқандского института экономики и сервиса

Аннотация: В статье рассматривается роль туристических услуг в социально-экономическом развитии страны и ее влияние на занятость. В нем также подробно описывается взаимосвязь между занятостью в стране и развитием туристических услуг. Были внесены предложения и рекомендации о путях повышения роли туристических услуг в увеличении занятости в стране.

Ключевые слова. Занятость, туристические услуги, безработица, показатели занятости.

THEORETICAL ISSUES OF INTERCONNECTION OF DEVELOPMENT OF TOURIST SERVICES AND EMPLOYMENT INDICATORS

Turabekov Sokhibjon Sherboy ugli -
PhD student, Samarkand institute of economics and service

Abstract: The article discusses the role of tourism services in the socio-economic development of the country and its impact on employment. It also details the relationship between employment in the country and the development of tourism services. Suggestions and recommendations were made on ways to increase the role of tourism services in increasing employment in the country.

Keywords. Employment, tourism services, unemployment, employment indicators.