



ТУРИЗМ БОЗОРИ ДИВЕРСИФИКАЦИЯСИ МОДЕЛЛАРИ

Бердиқулова Ирода

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

ORCID: 0009-0009-3181-1627

irodaberdiqulova1982@gmail.com

Аннотация. Мақолада туризм бозорини диверсификация қилишнинг турли хилдаги моделлари ва стратегиялари ўрганиб чиқилган. Жумладан, географик диверсификация, бозор сегментацияси, маҳсулотни диверсификация қилиш, инфратузилмани ривожлантириш, технологик инновация, барқарор туризм, туризм бўйича ҳамкорлик масалалари, мавсумийлик ва йил давомида диверсификация, маркетинг стратегиялари, туристик пакетлар ва тармоқлар, гастрономик туризм билан хунармандчилик туризми диверсификацияси каби туризм бозори диверсификацияси моделларининг мазмун, моҳияти ва аҳамияти ёритиб ўтилган.

Калит сўзлар: туризм, туризм бозори, диверсификация, модел, сегментация, инфратузилма, технологик инновация, мавсумийлик, маркетинг, туристик пакет, гастрономик туризм, хунармандчилик туризми.

МОДЕЛИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

Бердиқулова Ирода

Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация. В статье рассматриваются различные модели и стратегии диверсификации туристического рынка. Включая географическую диверсификацию, сегментацию рынка, диверсификацию продуктов, развитие инфраструктуры, технологические инновации, устойчивый туризм, вопросы туристического сотрудничества, сезонность и круглогодичную диверсификацию, маркетинговые стратегии, туристические пакеты и сектора, диверсификацию туристического рынка за счет гастрономического туризма и ремесленного туризма. Выделены содержание, сущность и значение моделей.

Ключевые слова: туризм, туристический рынок, диверсификация, модель, сегментация, инфраструктура, технологические инновации, сезонность, маркетинг, туристический пакет, гастрономический туризм, крафтовый туризм.

MODELS OF DIVERSIFICATION OF THE TOURIST MARKET

Berdikulova Iroda

Samarkand Institute of Economics and Service

Annotation. The article discusses various models and strategies for diversifying the tourism market. Including geographic diversification, market segmentation, product diversification, infrastructure development, technological innovation, sustainable tourism, tourism cooperation issues, seasonality and year-round diversification, marketing strategies, tourism packages and sectors, diversification of the tourism market through gastronomic tourism and craft tourism. the content, essence and significance of the models are highlighted.

Key words: tourism, tourism market, diversification, model, segmentation, infrastructure, technological innovation, seasonality, marketing, tourist package, gastronomic tourism, craft tourism.

Кириш.

Мамлакатимиз иқтисодиётида туризмни стратегик даражага кўтариш, ички туризм хизматларини диверсификация қилиш ва ҳажмини кескин кўпайтириш, фуқароларни мамлакатимизнинг туризм салоҳияти билан таништириш учун зарур шарт-шароитлар яратиш, тақдим этилаётган туризм хизматлари сифатини яхшилаш ва жаҳон бозорларида рақобатбардошлигини ошириш, туризм соҳасида фаолият юритаётган тадбиркорлик субъектлари учун қўшимча имкониятлар яратиш, замонавий хизматлар инфратузилмасини жадал ривожлантириш, шунингдек, аҳолини иш билан таъминлаш ва уларнинг даромад манбаини кенгайтириш ҳозирги куннинг долзарб масаласи бўлиб қолмоқда.

Адабиётлар шарҳи.

Туризм бозори ва унинг асосий йўналишларини ўрганар эканмиз, биз албатта яна мутахассис олимлар томонидан келтирилган турли қарашлар концепциясига тўхталиб ўтамиз. Жумладан, профессор Камилова (2005) туризм бозорига шундай таъриф беради: «Туризм бозори кенг маънода туристик маҳсулотни олди – сотди битимлари (турлар, алоҳида туризм хизматлари ёки туристлар учун моллар) бўлиб ўтадиган жойини билдиради».. Бунда шуни назарда тутиш керакки, кўрсатилган битимлар ҳар доим ҳам белгиланган жойда бўлиб ўтмайди. Масалан, туристларни қабул қилиш жойлари туроператорлар ёки меҳмонхоналарда бўлиб ўтиши ҳам мумкин. Булар сотувчи ва сотиб олувчиларнинг ўзлари бевосита иштирок этмаган ҳолда (мисол учун телекс, телеграмма, факс, телефон қўнғироғи ёки чек ёрдамида) ҳам амалга оширилиши мумкин. Чунки, бунда туристик бозор ҳудудий жиҳатидан аниқ белгиланмаган бўлади.

Туризм бозорини сайёҳлик маҳсулотини сотувчи ва сотиб олувчилар, яъни сайёҳ, турагентлик, туроператорлар орасида иқтисодий муносабатларнинг пайдо булиши ва сайёҳлик маҳсулотини сотиш соҳаси сифатида ҳам янада кенгрок таърифлаш мумкин.

Яковлев (2005) ўзининг ўқув қўлланмасида туризм бозорига берган таърифида: «Туризм бозори – бу туристик маҳсулотнинг истеъмолчиси билан ишлаб чиқарувчиси ўртасидаги умумий иқтисодий муносабатларнинг маълум доирада пайдо бўлишини билдириб, унда туристик маҳсулотларнинг олди-сотди жараёнини ташкил қилиш учун талаб ва таклифнинг бирлашуви амалга ошади»,- деб таъриф беради. (Яковлев, 2005). Ушбу жараён орқали туристик хизматлар пулга айирбошланади ва аксинча. Ҳар бир туристик маҳсулот ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчининг ўз қизиқишлари ва эҳтиёжлари бўлиб, ушбу қизиқишларнинг ёки эҳтиёжларнинг бир-бирига мос келиши оқибатида туристик маҳсулотларнинг олди-сотди жараёни амалга ошади. Шунинг учун ҳам бозор – бу ишлаб чиқарувчи билан истеъмолчининг қизиқишларини (эҳтиёжларини) бир-бирига мос келишидаги асосий восита ҳисобланади. Воронков (2002) эса, «Туризм бозори – бу туристик хизматлар доирасида амалга ошириладиган турли хил кўринишдаги айирбошлаш бозори бўлиб, унда талаб ва таклифга асосланиб қонун доирасидан чиқмаган ҳолда товарлар ишлаб чиқаришни ташкил қилишдир» деб кўрсатади. (Воронков, 2002). Шундай қилиб, юқорида келтирилган таърифларга қўшилган ҳолда биз ҳам туризм бозорига қуйидагича таъриф беришимиз мумкин:

Туризм бозори деганда, туристик маҳсулотларни (хизматларни) ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилари, сотувчилари ва харидорлари ўртасидаги олди-сотди жараёнларда талаб ва таклиф элементлари бир-бири билан мос келган ҳолда, ҳамда белгиланган қонун доирасидан чиқмасдан, ушбу туристик маҳсулотлар (хизматлар)нинг савдосидаги иқтисодий муносабатларнинг мажмуи тушунилади.

Тадқиқот методологияси.

Мазкур тадқиқотни амалга ошириш жараёнида илмий билишнинг тизимли ёндашув, индукция ва дедукция, монографик кузатув, статистик абстракт мантиқий фикрлаш ва истиқболли прогнозлаш, усулларида кенг фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Туризм бозорининг диверсификациясига турли моделлар ва стратегиялар орқали эришиш мумкин. Улар қуйидагилардан иборат:

I. Географик диверсификация: янги туристик йўналишлар ва ҳудудларни мамлакат ичида ва чет элда ривожлантириш ва тарғиб қилиш. Туризмнинг географик диверсификацияси мамлакат ичида ҳам, чет элда ҳам янги туристик йўналишлар ва ҳудудларни ривожлантириш ва тарғиб қилишни ўз ичига олади. Ушбу ёндашув бир нечта муҳим жиҳатларга эга:

1. Янги сайёҳлик йўналишларини ишлаб чиқиш: бу вақтгача сайёҳлар орасида кенг маълум бўлмаган ёки машҳур бўлмаган жойларни топиш ва ривожлантиришни ўз ичига қамраб олади. Буларга янги табиий диққатга сазовор жойлар, маданий жойлар, тоғчанғи курортлари ёки пляж зоналари каби очиқ ҳавода олиб бориладиган фаолият турларини киритишимиз мумкин.

2. Туристик фаоллиги паст бўлган ҳудудларни тарғиб этиш: баъзи бир ҳудудлар туристик салоҳиятга эга бўлса-да, аммо инфратузилманинг етарли даражада ривожланмаганлиги ёки реклама-тарғибот ишларининг тегишли тарзда йўлга қўйилмаганлиги каби сабабларга кўра, улар туризм нуқтаи назаридан етарлича баҳоланмаган бўлиб қолиши мумкин. Бунда географик диверсификация ушбу ҳудудларга эътиборни жалб қилиш ва уларга туристик талабни рағбатлантириш чораларини ўз ичига олади.

3. Иқтисодий соҳа объекталарини рағбатлантириш: янги туристик йўналишларининг ривожланиши ҳудудларнинг иқтисодий ривожланишига ёрдам беради. Меҳмонхоналар, ресторанлар, транспорт хизматлари ва дўконлар каби туризм инфратузилмалари янги иш ўринларининг яратилишига ва маҳаллий иқтисодиётни юксалтиришга хизмат қилиши мумкин.

4. Туризм юкини тақсимлаш: географик диверсификация туристлар оқимини турли минтақалар ва жойлар бўйича тақсимлаш имконини беради.

5. Туристик маҳсулотнинг кенгайиши: янги йўналишлар ва ҳудудларнинг ўзлаштирилиши мамлакат ёки минтақа томонидан таклиф этилаётган туристик маҳсулотни бойитиб, уни сайёҳларнинг кенг доираси учун янада ранг-баранг ва жозибador қилади. Масалан, туризм бозорини диверсификация қилишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштиришнинг асосий йўналишларидан бири сифатида ички ва қирувчи туристлар учун қишлоқ ҳудудларида экологик туризмнинг таркибида яйлов туризмга гастрономик ва ҳунармандчилик туризми қўшиб диверсификация қилиш натижасида туристик инфратузилмани янада такомиллаштириш мумкин бўлади. Географик диверсификация тизимли ёндашувни талаб қилади, яъни бозор тадқиқотлари, инфратузилмага инвестициялар киритиш, маркетинг тадқиқотлари, янги туризм йўналишлари ва ҳудудларини ривожлантиришда муваффақиятга эришиш учун давлат ҳамда хусусий сектор ўртасидаги ҳамкорликни талаб қилади.

II. Бозор сегментацияси: Туристларнинг қизиқишлари ва эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда амалга оширилади. Масалан, турли тоифадаги туристлар учун турпакет ва дастурларни ишлаб чиқиш, бунда саргузашт, маданий, экологик саёҳатлар ва бошқаларни киритишимиз мумкин.

Туризмда бозор сегментацияси туристларнинг қизиқишлари, эҳтиёжлари, ҳуққатвори ва хусусиятларидан келиб чиқиб туризм бозорини турли сегментларга бўлишни

ўз ичига олади. Бу туристик фирмаларга ўз маҳсулот ва хизматларини аниқ истеъмолчилар гуруҳларига мослаштириш имконини беради. Ушбу диверсификация моделининг баъзи асосий жиҳатлари:

1. Бозор тадқиқоти: Бозорни самарали сегментациялаш туристларнинг турли гуруҳлари қизиқишлари, эҳтиёжлари ва хусусиятларини чуқур англашдан бошланади. Бу сайёҳларнинг ҳатти-ҳаракатлари, ижтимоий-демографик хусусиятлари, саёҳат қилиш имтиёзлари ва бошқа омиллар тўғрисидаги маълумотларни таҳлил қилишни ўз ичига олиши мумкин.

2. Турпакетлар ва дастурларни ишлаб чиқиш: Туристтик фирмалар бозорни ўрганиш натижаларига кўра бозорнинг аниқ сегментлари эҳтиёжларини қондирадиган ихтисослаштирилган турпакетларни ва дастурларни яратиши мумкин.

3. Индивидуаллаштириш ва маркетинг: Туристтик пакетлар яратилгач, туристик фирмалар турли бозор сегментларидан миждозларни жалб қилиш ва ушлаб туриш учун индивидуаллаштирилган маркетинг стратегияларидан фойдаланишлари мумкин. Бу мақсадли реклама, ижтимоий тармоқлардан фойдаланиш ва мақсадли аудитория манфаатларига мос келадиган ҳамкорлар ва блоггерлар билан ҳамкорликни ўз ичига олиши мумкин.

4. Миждоз тажрибасини оптималлаштириш: туристик фирмалар, шунингдек, миждозларнинг оптимал тажрибасини таъминлаш учун ўз хизматлари ва хизмат кўрсатиш шартларини бозорнинг турли сегментлари эҳтиёжларига мослаштириши мумкин. Бу туристларнинг қизиқишлари ва хоҳишларига мос келадиган турар жой, транспорт хизматлари, қўшимча имкониятлар ва тадбирларни ўз ичига олиши мумкин.

Туризмда бозор сегментацияси туристик фирмаларга ўз маҳсулот ва хизматларини туристларнинг турли эҳтиёжларига мослаштиришга имкон беради, бу эса рақобатбардошликни ва миждозлар эҳтиёжини қондиришини оширади.

III. Маҳсулотни диверсификация қилиш: Туристтик маҳсулотнинг хилма-хиллиги, жумладан, турар жой, кўнгилочар жойлар, экскурсиялар, круизлар, экотуризм, тиббий туризм, гастрономик туризм, ҳунармандчилик туризми ва бошқаларни ўз ичига қамраб олади.

Туризмда туристик маҳсулотларни диверсификация қилиш – туристларнинг турли эҳтиёжлари ва афзалликларини қондириш учун турли хил инновацион туристик маҳсулотларини яратишга қаратилган стратегиядир. Ушбу ёндашув туристик маҳсулотларнинг турларини кўпайтиради, яъни турар жой, кўнгилочар, экскурсия, круиз, экотуризм, тиббий туризм ва бошқаларни ўз ичига олади. Бу ерда маҳсулотни диверсификация қилишнинг ҳар бир жиҳатини батафсил кўриб чиқиш мумкин:

1. Турар жой: Бу меҳмонхоналар, курортлар, ётоқхоналар, квартиралар, меҳмон уйлари, лагерлар ва бошқа шу каби туристларни жойлаштиришнинг турли шаклларини ўз ичига олади. Турар жойларнинг ҳар хил турлари туристларнинг ҳар хил бюджетлари, афзалликлари ва эҳтиёжларига мос келиши мумкин.

2. Ўйин-кулгу: Бу жиҳат сайёҳлар учун кўнгилочар парклар, тематик парклар, аквапарклар, ҳайвонот боғлари, маданий тадбирлар, шоу ва фестиваллар каби кенг кўламли ўйин-кулгу ва тадбирларни ўз ичига олади.

3. Экскурсиялар ва турлар: туристик маҳсулотни диверсификация қилиш турли мавзулар ва қизиқишларни ўз ичига олган турли хил экскурсиялар ва турларни яратишни ўз ичига олади, масалан, маданий саёҳатлар, табиатга саёҳатлар, саргузаштли саёҳатлар вино саёҳатлари, пазандчилик саёҳатлари ва бошқалар.

4. Круизлар: круиз туризми денгиз ёки дарёлар бўйлаб ноёб саёҳат тажрибасини тақлиф қилувчи туристик маҳсулот туридир. Маҳсулотни диверсификация қилиш турли хил круиз йўналишларини, кема турларини ва бортда тақлиф қилинадиган хизматларни ўз ичига олади.

5. Экотуризм: барқарор туризм ва атроф-муҳитни муҳофаза қилишга қизиқиш ортиб бораётганлиги сабабли экотуризм тобора оммалашиб бормоқда. Маҳсулотни диверсификация қилиш доирасида табиат, миллий боғлар, қўриқхоналар ва экологик ҳудудларни ўрганиш ва муҳофаза қилишга қаратилган саёҳат ва тадбирлар ишлаб чиқилмоқда.

6. Тиббий туризм: туризмнинг бу тури даволаш, реабилитация, ва гўзаллик муолажалари каби тиббий хизматлар учун саёҳат қилишни ўз ичига олади. Бу йўналишдаги маҳсулотларни диверсификация қилиш тиббиёт марказлари, курорт мажмуалари ва тиббий туризм хизматларини ривожлантиришни ўз ичига олади.

7. Гастрономик туризм: гастрономик туризмнинг кўриниши сифатида бир қанча турдаги миллий таомлар турларини тайёрлаш, намойиш қилиш ва меҳмонларга тортиқ қилиш технологияларини ўз ичига қамраб олади. Ушбу йўналишдаги маҳсулотларни диверсификация қилиш турли хил миллий таомлар тайёрлаш марказлари ва мактабларини, кафеларни, қандолатчилик маҳсулотлари чиқарадиган цехларни ва бошқаларни ташкил этиш имконларини беради.

8. Хунармандчилик туризми: Сайёҳлар хунармандлар устахоналарига ташриф буюриб, хунармандчилик буюмларини яратиш жараёни билан танишишлари, хунармандлар билан мулоқот қилишлари мумкин. Турли хил ярмаркалар ва фестивалларнинг ташкил қилиниши эса, сайёҳларга хунармандчилик буюмларини харид қилиш, шунингдек, хунармандчилик маҳоратининг жонли намойишларини томоша қилиш имконини беради.

Маҳсулотларни диверсификация қилиш туризм бозорининг турли сегменталарини жалб қилиш ва уларни турли талаб ҳамда манфаатларини қондириш учун муҳим аҳамиятга эга. Туристлик маҳсулотларнинг ҳар хил турларини бирлаштириш, шунингдек, сайёҳларнинг қолиш кунларини кўпайтириш ва туризм саноати даромадларини оширишга ёрдам беради.

IV. Инфратузилмани ривожлантириш: аэропортлар, йўллар, меҳмонхоналар, кўнгилочар мажмуалар ва бошқалар каби янги инфратузилма объектларини яратиш ёки мавжудларини такомиллаштиришни ўз ичига қамраб олади. Масалан, гастрономик ва хунармандчилик туризмга қизиқувчи сайёҳларни жалб қилиш учун ресторанлар, деҳқон бозорлари, устахоналар, хунармандчилик музейлари ва бошқалар каби янги инфратузилма объектларини яратиш орқали инфратузилмани янада ривожлантириш имкони яратилади.

V. Технологик инновация: Хизматлар сифатини ошириш учун янги технологиялардан фойдаланиш, масалан, виртуал турлар, саёҳатчилар учун мобил иловалар, онлайн брон қилиш ва бошқа шу каби ташкилий масалалар билан боғлиқ бўлади.

VI. Барқарор туризм: туризмнинг экотуризм, муқобил энергия, чиқиндиларни бошқариш ва бошқа шу каби барқарор ва экологик жиҳатдан масъулиятли шаклларини ривожлантириш ва тарғиб қилишни ифодалайди.

VII. Туризм бўйича ҳамкорлик масалалари: қўшма дастурлар ва таклифлар яратиш учун маҳаллий ва халқаро сайёҳлик агентликлари, меҳмонхоналар, авиакомпаниялар ва бошқа манфаатдор томонлар билан ҳамкорлик қилишни англатади.

VIII. Мавсумийлик ва йил давомида диверсификация: турли фаслларда ёки йил давомида туристларни жалб қилувчи туризм маҳсулотлари ва дастурларини ишлаб чиқишни кўзда тутади.

IX. Маркетинг стратегиялари: турли минтақалар ва мамлакатлардан туристларнинг турли гуруҳларини жалб қилиш учун мақсадли реклама, видеороликлар ва маркетинг компанияларидан фойдаланиш мумкин бўлади.

Х. Туристтик пакетлар ва тармоқлар: туристларга кенгроқ танлов ва қулайлик яратиш учун бир нечта йўналиш ва хизматларни бирлаштирган турли саёҳат пакетлари ва тармоқларини яратиш кўзда тутилган бўлади.

Хулоса ва таклифлар.

Юқорида келтирилган туризм бозорини диверсификация қилишнинг моделларидан муайян моделларини танлаш маълум бир туризм бозорининг мақсадлари, ресурслари ва хусусиятларига боғлиқ.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, туризм бозорини диверсификация қилишнинг моделларидан самарали фойдаланиш туризм соҳасини жадал суръатларда ривожлантиришга, мавсумийлик билан боғлиқ салбий омиллар таъсиридан бир мунча бўлса-да халос бўлишга ва бунинг натижасида ҳудудларда туризм бозори инфратузилмасини янада такомиллаштиришга ёрдам беради.

Адабиётлар/Литература/Reference:

Berdikulova, I. R., & Baxramov, T. (2023). The role of financial analysis in the diversification of the tourism market and its necessity. International Journal of Engineering Mathematics (Online), 5(1).

Berdikulova, I. R., & Ibrat, S. (2023). The role and importance of finance and financial technologies in the diversification of the tourism market in Uzbekistan. International Journal of Engineering Mathematics (Online), 5(1).

Бердикулова, И. Р. (2020). Совершенствование организационно-экономического механизма диверсификации туристического рынка. In ЭКОНОМИСТ ГОДА 2020 (pp. 327-331).

Воронков Л.П. (2002) Туризм, гостеприимство, сервис. Словарь-справочник. Москва.

Камилова Ф.К. (2005) Туризм иқтисоди ва уни ташкил этиш. Тошкент. ТДИУ.

Яковлев Г.А. (2005) Экономика и статистика туризма. Учебное пособие. М.:Издательство РДЛ,