



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№12



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2025



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2025-yil, dekabr.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukhonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyeich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi
336/3-sonli qarori bilan
ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA DAVRIDA TIJORAT BANKLARI LIKVIDLILIK XAVFINI BOSHQARISHI.....	44
Baxromov Nodirjon Muxammadamin o'g'li	
TURIZM XIZMATLAR BOZORI ISTE'MOLCHILARINI SEGMENTLASH USULI ASOSIDA DIVERSIFIKATSIYA KONSEPSIYASINI ISHLAB CHIQISH.....	48
Maxmudova Aziza Pirmamatovna	
"INNOVATSION AGROTEXNOLOGIYALAR VA "YASHIL IQTISODIYOT" TAMOYILLARI ASOSIDA G'ALLA YETISHTIRISH BARQARORLIGINI BAHOLASH	53
Turayeva Gulizahro	



TURIZM XIZMATLAR BOZORI ISTE'MOLCHILARINI SEGMENTLASH USULI ASOSIDA DIVERSIFIKATSIYA KONSEPSIYASINI ISHLAB CHIQISH

Maxmudova Aziza Pirmamatovna

“Ipak Yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti tadqiqotchisi

Email: azizamakhmudova2@gmail.com

ORCID: 0009-0003-3406-9225

Annotatsiya. Maqolada turizm xizmatlar bozori iste'molchilarini segmentlashga asoslangan diversifikatsiya konsepsiyasini ishlab chiqishning nazariy va amaliy jihatlarini yoritilib, tadqiqotda iste'molchilarning ehtiyojlari, xulq-atvori va xarid motivlarini aniqlash orqali turizm xizmatlar bozorining segmentlari belgilangan.

Kalit so'zlar: turizm xizmatlar bozori, diversifikatsiya, turistik mahsulot, maqsadli segment, turistik taklif, respondentlar.

Abstract. The article highlights the theoretical and practical aspects of developing the concept of diversification based on the segmentation of consumers of the tourism services market, and the study identifies segments of the tourism services market by identifying consumer needs, behavior, and purchase motives.

Key words: tourism services market, diversification, tourism product, target segment, tourist offer, respondents.

Аннотация. В статье освещены теоретические и практические аспекты разработки концепции диверсификации, основанной на сегментации потребителей рынка туристических услуг, в исследовании определены сегменты рынка туристических услуг путем выявления потребностей, поведения и покупательских мотивов потребителей.

Ключевые слова: рынок туристических услуг, диверсификация, туристический продукт, целевой сегмент, туристическое предложение, респонденты.

KIRISH

Hozirgi kunda turizm xizmatlari bozori tezkor o'zgarishlar va iste'molchilarning diversifikatsiyalashgan talablariga duch kelmoqda, bu esa turizm korxonalaridan maqsadli auditoriyani chuqur tahlil qilish va bozorda har bir segmentga moslashtirilgan xizmatlarni taklif qilishni talab qiladi. Raqobatning oshishi, xizmatlar assortimentining kengayishi hamda sayyohlarning xulq-atvoridagi dinamik o'zgarishlar turizm tashkilotlarini ilmiy asosda segmentlash va diversifikatsiya strategiyasini ishlab chiqishga majbur qiladi. Segmentlash natijalari asosida diversifikatsiya konsepsiyasini yaratish turizm korxonalariga turli iste'molchi guruhlarining aniq ehtiyojlarini qondirish, xizmat paketlarini differensiallashtirish, bozor sharoitida raqobatbardoshlikni ta'minlash, innovatsion yondashuvlarni joriy etish va mijozlar sadoqatini oshirish imkonini beradi.

Shu bilan birga, bu yondashuv turizm mahsulotlarining risklarini kamaytirish va daromad manbalarini kengaytirish uchun ilmiy asoslangan mexanizm sifatida xizmat qiladi. Shu bois, turizm xizmatlar bozori iste'molchilarini segmentlash usuli asosida diversifikatsiya konsepsiyasini ishlab chiqish zamonaviy bozor talablarini qondirish, boshqaruv samaradorligini oshirish va turizm tashkilotlarini barqaror rivojlantirish nuqtayi nazaridan ayniqsa dolzarb va amaliy ahamiyatga ega masala hisoblanadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Turizm xizmatlari bozori iste'molchilarini segmentlash asosida diversifikatsiya konsepsiyasini ishlab chiqish masalasi bir qator iqtisodchi olimlarning tadqiqotlarida yoritilgan. Xususan, Q.X. Abduraxmonov, I.S. Tuxliyev, M.Q. Pardayev, M.T. Alimova, B.Sh. Safarov, S.A. Abduhamidov va boshqalarning ilmiy izlanishlarida ushbu masalalar keng o'rganilgan.



Philip Kotler turizm marketingida segmentlashning strategik ahamiyatini ko'rsatib, bozorda differentsiyalashgan taklif yaratish raqobat ustunligini belgilashini ta'kidlagan. John Swarbrooke va Susan Horner turistik iste'molchilarning xulq-atvori, qaror qabul qilish omillari va motivatsion segmentlarini o'rgangan, ularning fikricha, segmentlar bo'yicha diversifikatsiya mahsulot portfelining barqarorligini oshiradi. Chris Cooper hamda Richard Sharpley turizm industriyasida tajriba xarakteri kuchayganini, shu sababli segmentlash jarayoni faqat demografik emas, balki psixografik, xulqiy va geografik mezonlarda chuqurlashishi zarurligini taklif qilgan.

Richard Butler tomonidan ishlab chiqilgan turizm destinatsiyasining hayotiy sikli modeli diversifikatsiyaning zarurligini, ayniqsa to'yinganlik bosqichida, yangi segmentlar orqali talabni qayta tiklash mexanizmi sifatida izohlaydi. Sarah Dolnicar segmentlash metodologiyasining ilmiy asoslarini takomillashtirib, turistik segmentlarni klasterlash, data-mining, adaptive modellash kabi yondashuvlar asosida aniqlash xizmatlarni individuallashtirish imkoniyatlarini kengaytirishini ilmiy jihatdan asoslab bergan.

Rosselló-Nadal, Riera-Font va Santana-Gallego tomonidan olib borilgan empirik tadqiqotlarda turistik oqimlarni boshqarish jarayonida segmentlash diversifikatsiyasining iqtisodiy samaradorligi isbotlangan, ularga ko'ra, segmentlar bo'yicha farqlashtirilgan mahsulot strategiyasi mavsumiylikni pasaytiradi va iqtisodiy barqarorlikni oshiradi. Buning iqtisodiy modellashtirilgan ko'rinishi De la Mata va Llano tomonidan tasdiqlangan bo'lib, turizm bozorida segmentlar o'rtasida moslashtirilgan taklif daromad elastikligini oshirishini ko'rsatgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotda turizm faoliyatini diversifikatsiya qilishga oid nazariy bilimlarning shakllanish xususiyatlari mahalliy aholining ishtirokini ta'minlash nuqtayi nazaridan kompleks yondashuv asosida o'rganildi. Metodologik asos sifatida iqtisodiy-ijtimoiy va geografik tahlil, tizimli va qiyosiy tahlil usullari qo'llanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Hududda turizm turlarini diversifikatsiyalash va samaradorligini oshirish muammolari dolzarb bo'lib, uni aniq tadqiq etish va echimini topishga muhtoj. Zamonaviy sharoitlarda turizm mahsuloti nafaqat sof iqtisodiy faoliyat, balki turistik mahsulotlar iste'molchisi uchun takror ishlab chiqarish jarayonining muhim omili sifatida baholanadi.

Turizm va sayohat bozori yuqori raqobatbardoshlik va tez o'sib borayotgan bozor hisoblanadi. Ushbu bozorda asosiy ishtirokchilardan biri turoperator taklifining o'ziga xosligi bo'lib, o'z auditoriyasini topish va uni uzoq muddat saqlab qolish qobiliyati, shuningdek bozorning yangi qirralarini tezda aniqlash qobiliyati muhim ahamiyat kasb etadi. Diversifikatsiya jarayonida turizm xizmatlari bozorining asosi — taassurotlar, his-tuyg'ular va zavqlar bozori bo'lib, ushbu sohada cheksiz ko'p segmentlar mavjud. Muhimi — o'zgarish tendensiyalarini o'z vaqtida aniqlash va iste'molchilar auditoriyasini o'rganish zaruriy shartlardan biri hisoblanadi.

Turizm bozorini diversifikatsiya qilishda marketing strategiyasini qo'llash quyidagi holatlarni hisobga olishni taqozo qiladi:

- turizm mahsuloti ishlab chiqarish sharoitlaridan kelib chiqib, tashqi muhit omillari ta'siri ostida kam harakatchan bo'ladi va talab o'zgarishlariga nisbatan egiluvchan javob qaytara olmaydi hamda foydalanish muddati uzoq bo'lib, muayyan ravishda kapital talab qiladi;

- turizm mahsulotini ishlab chiqish iste'mol qilish vaqti va joyiga mos bo'lib, talab va taklifning to'g'ri tavsifini ta'minlaydi;

- turizm mahsuloti raqobatchilik kurashi predmeti bo'lib, uning raqobatbardoshligi qanchalik yuqori bo'lsa, tavsifi shunchalik majmuaviy bo'ladi va hamyonbop narxi bilan iste'molchi umidlari hamda talablariga javob beradi;

- turizm mahsuloti talab elastikligi sharoitida realizatsiya etilib, daromadlar kamayishi yoki turizm tovarlari va xizmatlariga narxlarning o'sishi bilan iste'mol tuzilmasi o'zgarib turadi.

Turistik mahsulot talabiga turli tashqi iqtisodiy omillar ham ta'sir o'tkazadi. Masalan, jamoatchilik tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan guruhning subyektiv bahosi yoki shaxsiy, asoslanmagan turistik xizmat tanlovi jarayonidagi istaklar ta'sir ko'rsatadi. Bundan tashqari, vaqt, hudud va joy bo'yicha turistik xizmatlarga nisbatan talabning konsentratsiyasi kuzatiladi. Amaliyot ko'rsatishicha, talab tavsifiga yashash hududiy muhitining shakllanish xususiyatlari, an'analar, odatlar va boshqa hududlar bilan o'zaro munosabatlar ta'sir qiladi.

Turistik-rekreatsion faoliyatning mintaqaviy marketingi hududiy axborotlar ma'lumotlar banki yoki taqdimotli ma'lumotlar asosida bozorning maqsadli tadqiqotini amalga oshirish imkonini beradi. Turistik-rekreatsion faoliyatning mintaqaviy marketingi turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilari o'rtasida mustahkam o'zaro munosabatlarni shakllantirishga xizmat qiladi.

Turistik-rekreatsion mahsulot bozori iste'molchilik harakatini baholashga nisbatan bunday mukammal konseptual yondashuv turistik-rekreatsion mahsulotning sotilishi va talabi imkoniyatlarini nafaqat sifat va



miqdor, balki narx va iste'molchilik xususiyatlari nuqtayi nazaridan belgilash imkonini beradi. Shu tufayli turistik-rekreatsion xizmatlar ichki mintaqaviy bozori tadqiqotining vazifalariga mintaqaviy turistik-rekreatsion mahsulot bozor imkoniyatlarining obyektiv baholanishi, turistik-rekreatsion faoliyat rivojlanish yo'nalishlarining tanlanishi va asoslanishi kiradi.

Unga ko'ra turistik xizmatlar sotiladigan iste'mol bozori bir-biridan turli xususiyatlari, ehtiyojlari, imkoniyatlari, xarid qilish qobiliyatlari va yashash joyi bo'yicha farqlanadigan xaridorlardan iborat bo'lib, ushbu parametrlarning har biri mehmondo'stlik xizmatlari bozorini segmentlash uchun prinsip sifatida xizmat qilishi mumkinligi aniqlandi.

Turistik xizmatlarni rejalashtirishdagi birinchi qadam — firma ehtiyojlarini qondirishni rejalashtirgan iste'molchilarning ma'lum bir guruhini aniqlash, ya'ni bozorni segmentlarga bo'lish va firma o'z sa'y-harakatlarini jamlashni maqsad qilgan segmentni tanlashdan iborat. Mashhur Pareto qonuniga ko'ra, iste'molchilarning atigi 20 foizi ma'lum turdagi mahsulotning 80 foizini sotib oladi. Bundan kelib chiqadiki, ishlab chiquvchi (turoperator) va sotuvchi aynan shu 20 foiz tarkibiga kiradigan iste'molchilar guruhini — ya'ni segmentni aniqlashi zarur.

Mamlakatimiz hududlarining resurslari cheklangan bo'lib, shu sababli turizm bozorining alohida segmentlarini rivojlantirish uchun sharoit yaratish bo'yicha zarur harakatlar qilish talab etiladi. Buning uchun turizm bozorining ayniqsa e'tiborga molik sohalarini aniqlab, mazkur hududlar miqyosida turistlarga sifatli xizmat ko'rsatish salohiyatini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Bugungi kunda turistik-rekreatsion xizmatlar bozoridagi holat shunday shakllanganki, unda turli turistik takliflar bilan to'yinish kuzatilmoqda, demak, raqobatchilik ham kuchaymoqda. Shu sababli samarali va daromadli faoliyat yuritish uchun hudud marketingi qo'llanishi maqsadga muvofiqdir. Odatda har qanday hudud marketingi konsepsiyasini ishlab chiqish to'rtta asosiy tadbirni amalga oshirishni talab etadi:

1. Bozor segmentatsiyasi — segmentlash tamoyillarini aniqlash, olingan segmentlar profilini shakllantirish;
2. Maqsadli segmentlar bozorini tanlash — olingan segmentlar jozibadorlik darajasini baholash va bir yoki bir nechta segmentni tanlash;
3. Turistik taklifni pozitsiyalash — har bir maqsadli segmentda pozitsiyalash bo'yicha qaror qabul qilish;
4. Har bir maqsadli segment uchun marketing majmuasini ishlab chiqish.

Demak, tadqiq etilayotgan turizm turlarini diversifikatsiyalash konsepsiyasini shakllantirish jarayonida quyidagi jihatlarni hisobga olish zarur:

— aniq iste'molchilar talablarini o'rganish va turistik-rekreatsion xizmatlarga aholining mavjud va bo'ladigan talabini baholash;

- Samarqand viloyatining turistik hudud sifatidagi jozibadorlik omillarini aniqlash;
- viloyat aholisining turistik-rekreatsion xizmatlarga bo'lgan talabini aniqlash;
- aholining turistik xizmatlarga bo'lgan talablarining to'lov qobiliyatini baholash;
- aholining turistik xizmatlarga axborot ta'minoti darajasini baholash;
- turistik-rekreatsion xizmatlar bozori rivojlanish tendensiyalarini prognozlashtirish.

Deloitte ma'lumotlariga ko'ra, pandemiyadan oldin odamlar haftasiga o'rtacha 0,7 kunni uyda ishlashga sarflagan bo'lsa, karantin tufayli bu ko'rsatkich 2021-yilda haftasiga deyarli 4 kungacha ko'tarildi va 2023-yilga kelib bu ko'rsatkich haftasiga 2,2 kungacha kamaydi. Bu omil turizm industriyasining rivojlanishiga ham ta'sir ko'rsatadi, chunki ko'plab ishchilar sayohatni ish bilan birlashtira boshladilar¹.

Aholi turli guruhlar vakillarining iste'molchilik harakatlari xulqining yo'nalishlaridan biri aktiv dam olish uchun sarflanadigan bo'sh vaqt miqdori hisoblanadi. Ayrim tadqiqotchilar tomonidan rekreatsiya inson ishlab chiqarish kuchlari tiklanishi yuz beradigan vaqt miqdori sifatida ko'rib chiqiladi² (1- jadval).

1-jadval. Inson hayoti davomida foydalanadigan turistik-rekreatsion vaqtning tarkibi³

Turistik-rekreatsion vaqt turlari	Davomiylilik ulushi %
Inklyuziv (ish kuni davomida)	4,0
Kundalik (ishdan so'ng)	40,0
Dam olish, uik-end (ish haftasi oxirida)	34,8
Ta'til	8,0
Nafaqa	13, 2
Jami	100,0

1 <https://visitworld.today/ru/blog/1895/how-was-the-tourist-year-2023-mindblowing-statistics>.

2 Зорин И.В. Кварталнов В.А. Энциклопедия туризма : Справочник.-М.: Финансы и статистика, 2000.-368 с.

3 Muallif tomonidan ishlab chiqildi.



XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur ma'lumotlarga asoslangan holda, mahalliy rekreantlar uchun turistik-rekreations mahsulotni shakllantirish maqsadida Samarqand viloyati aholisining bo'sh vaqtini o'tkazish davomiyligi va joyi tahlil qilindi. Samarqand viloyati aholisi bo'yicha o'tkazilgan so'rovnomada respondentlar javoblariga ko'ra, o'z bo'sh vaqtlarini (kuniga o'rtacha 4,6 soat) 65,1 % aholi uyida o'tkazarkan (2-jadval). Passiv dam olishga ular bo'sh vaqtlarining 14,2 % ini ajratishadi; turli o'yinlar va sevimli mashg'ulotlarga 5,6 % vaqtini, teleko'rsatuvlar tomosha qilishga 51,4 % bo'sh vaqtini, sayohat hamda ochiq havoda dam olishga esa 14,3 % bo'sh vaqtini sarflashlari aniqlandi.

Samarqand viloyati aholisining 2023-yilgi holati bo'yicha viloyat statistika qo'mitasi tomonidan olingan ma'lumotlarga ko'ra, aholi vakillarining asosiy guruhlar tarkibida 55,6 % kishi 40 yoshdan 59 yoshgacha bo'lgan aholi vakillarini tashkil etadi, ya'ni mehnatga layoqatli va malakali aholi qismi. 22,6 % 20 yoshdan 30 yoshgacha bo'lgan yoshlar, 24 % 30 yoshdan 40 yoshgacha bo'lgan shaxslar va nihoyat 18 % 45 yoshdan oshgan aholi vakillaridir. Demak, iste'mol xulqi faoliyati jihatidan aktiv aholi guruhiga 20 yoshdan 45 yoshgacha bo'lgan aholi vakillari kiradi (2-jadval).

2- jadval. Samarqand viloyati aholisi tomonidan bo'sh vaqtini o'tkazish joyi va davomiyligi⁴

Respondentlar guruhi	Bo'sh vaqtning davomiyligi kun davomida (soat)	Umumiy davomiylikdan % ko'rinishida bo'sh vaqtini o'tkazish						
		Xonada, uyda,	Passiv dam olishda	Yo'da	Madaniyat tashkilotlarida	Talim olish maskanlarida	Korxonalarda	Boshqa joyda
Jami tadqiq etilganlar	4.6	65,1	14,2	9.2	4.2	3.5	3.2	0.5
Shu jumladan 18-24 yoshdagilar	7,0	48.2	11.7	12.3	6.6	19,2	1,4	0.5
25-29 yoshdagilar	4.2	61,3	17,1	11,5	5.3	0.0	4,1	0.6
39-39 yoshdagilar	4.7	60.6	16.3	11.3	6.7	0,5	4.5	0.3
40-49 yoshdagilar	3.7	70.3	12.6	8.5	2.4	1.0	4.5	0.7
50-59 yoshdagilar	4.3	72.0	12.6	8.1	2.3	0.0	3,8	0.9
60 yosh va undan yuqori	5.3	77,2	16.3	3,5	1.9	0.0	0.6	0.5
Ishlaydiganlar shu jumladan erkaklar	4.8	62.1	16.1	10,9	4,7	0,4	5,1	0,8
Ayollar	3.6	65,5	15.6	9.7	4.3	0.9	3,6	0.6
Erkaklar: uylanmaganlar	7.6	48.4	13.7	17.4	7.5	9,9	1.6	1.6
Uylanganlar	4.8	65.6	15,2	8.8	4.0	1.6	4.8	0.6
Ayollar:turmush qurmaganlar	5.5	65.3	13.6	7.5	4.8	7,8	0,9	0,1
turmush qurganlar	3.7	68.4	13.8	8.5	3.4	2.5	2.9	0.5

2-jadval ma'lumotlariga ko'ra, Samarqand viloyati aholisi iste'mol xulqi faoliyati jihatidan 18 yoshdan 39 yoshgacha bo'lgan aholi guruhini passiv dam olishdan (11,7 + 17,1 + 16,3) aktiv dam olishning turistik-rekreations mahsulot iste'molchilari qatoriga kiritish imkoniyati borligi aniqlandi. Bu qatlamdagi aholi talablarini to'liq qondiruvchi turistik-rekreations mahsulotni shakllantirish va uni realizatsiya etish jarayonida jozibadorlik va sifat ko'rsatkichlariga, mashg'ulot turi, ma'lumoti, ijtimoiy umidlari hamda ushbu yoshdagi aholining moddiy imkoniyatlarini hisobga olish tavsiya qilinadi.

Iste'molchilar talablari bo'yicha tadqiqotlar diversifikatsiyalash konsepsiyasining amaliy realizatsiyasi ta'sirchanligini ta'minlaydi va iste'molchilar talablariga nisbatan turistik taklifning doimiy moslashtirilish imkoniyatini yaratadi. Bu esa turistik-rekreations sohani hudud miqyosida rivojlantirish imkoniyatini yuzaga keltiradi hamda iste'molchilik harakatlari tahlili va turistik xizmatlar sotib olinishidan manfaatdorlik darajasini belgilashga xizmat qiladi.

⁴ Muallif tomonidan takomillashtirildi.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdaqi "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgustdaqi "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni.
3. Tuxliyev I.S., Po'latov M.E., Berdimurodov A.Sh. "Turizm sohasining zamonaviy atamallari izohli lug'ati". — Samarqand, 2019-y.
4. Tuxliyev I.S., Raximova R.M. (2023). Guidelines for the Effective Use of the "Travel Around Uzbekistan" Program in the Development of Local Tourism. International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research, ISSN 2277-3630, Impact Factor 8.036, 12(07), 11–15.
5. Philip Kotler, John Bowen, James Makens. *Marketing for Hospitality and Tourism*. — Pearson Education, 2016.
6. Chris Cooper, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert, Stephen Wanhill. *Tourism: Principles and Practice*. — Pearson Education, 2008.
7. John Swarbrooke, Susan Horner. *Consumer Behaviour in Tourism*. — Routledge, 2007.
8. Richard Butler. *The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications*. — Channel View Publications, 2006.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 12

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>