

**TURISTLARNING XARID MOTIVLARIGA TA'SIR ETUVCHI
OMILLAR**

*“Alfraganus university” Nodavlat oliy ta'lim tashkiloti
Xalqaro turizm menejmenti kafedrasida katta o'qituvchisi*

Abduraxmanov Shoxrux Abdujabbarovich

Email: s.abduraxmanov@afu.uz

Bugungi kunda turizm iqtisodiyotning ajralmas qismiga aylandi. Butun jahon turizm tashkilotining statistik ma'lumotlarga ko'ra 2024-yilning yanvar-sentyabr oylarida 1,1 milliardga yaqin xalqaro sayyohlik tashrifi qayd etildi, bu 2023-yilning shu davriga nisbatan qariyb 11 foizga ko'pganligidan dalolat beradi¹. Xususan ushbu tendensiya ham mamlakatimizda rivojlanayotganligini ko'rishimiz mumkin. Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yilning yanvar-noyabr oylarida qariyb 7,3 mln nafar chet el fuqarolari turistik maqsadlarda O'zbekiston Respublikasiga tashrif buyurdi².

Iste'molchilarning xulq-atvori turizm mahsuloti yoki xizmatlarini ishlab chiqish, targ'ibot qilish va sotish uchun qo'llaniladigan barcha marketing faoliyati tushuniladi. Xarid qilish motivi va turist xulq-atvoridagi tadqiqotning hal qiluvchi bosqichi hisoblanadi. Ushbu omilni hisobga olgan holda ushbu maqolada turistlarning xarid motivlariga ta'sir etuvchi omillar o'rganilgan va taklif ishlab chiqilgan.

Turistik motiv bu turistik xizmatlar va mahsulotlarni tanlash, sotib olish va ulardan foydalanishda iste'molchilarning harakatlari va qaror qabul qilish jarayonlarini anglatadi. Ushbu konsepsiyani tushunish, maqsadli auditoriyaning ehtiyojlari va istaklarini samarali qondirishni maqsad qilgan turizm sanoatining manfaatdor tomonlari uchun juda muhimdir.

Yevropalik olimlar Gross, Brown, Valeri va Baggaiolarning tadqiqot

¹ UNWTO barometer - 2024

² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika Agentligi ma'lumotlari - 2024

www.tadqiqotlar.uz

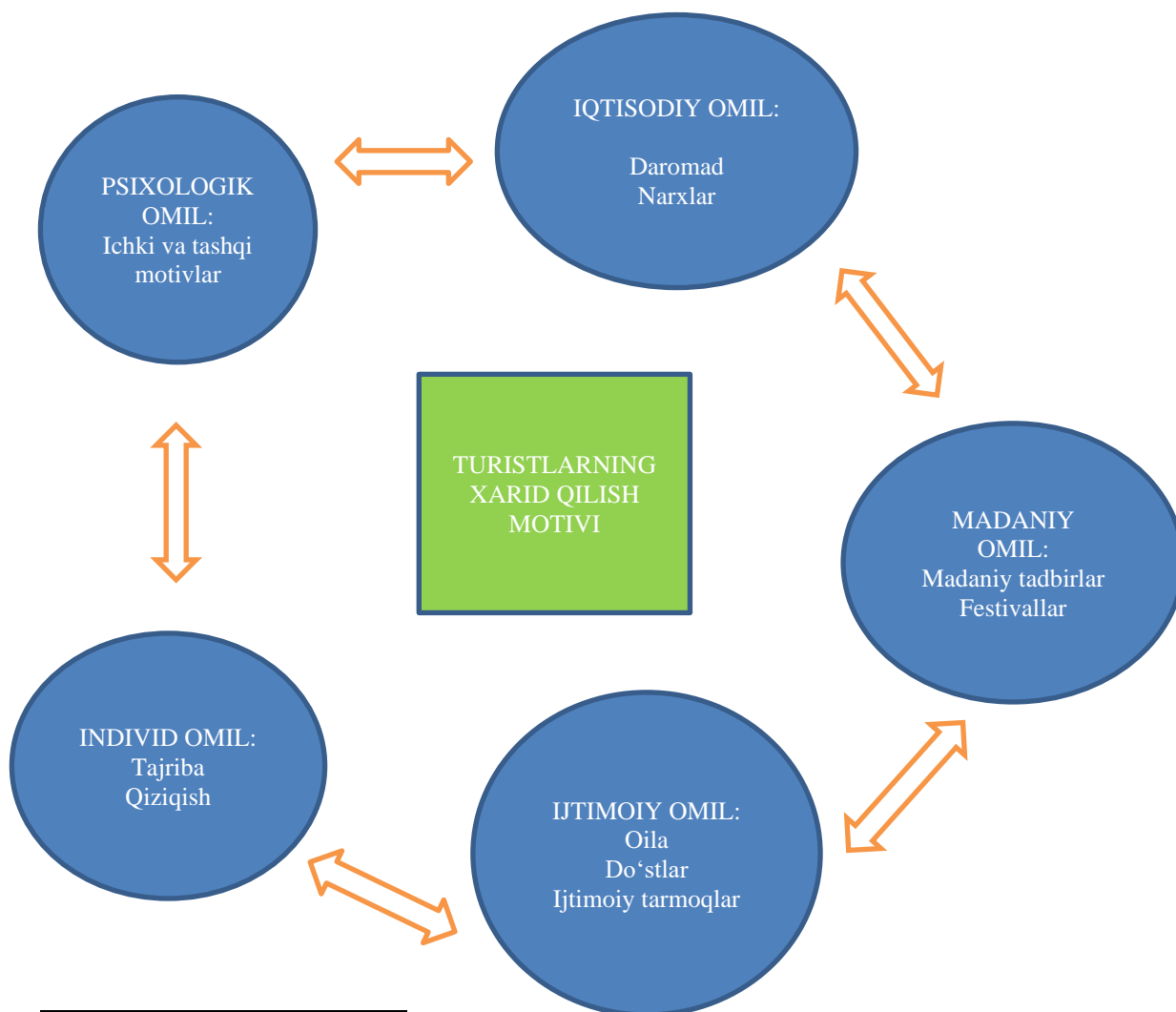
natijalariga ko'ra turistik motivlar uch turga ajratilgan³:

(1) bozor yondashuvi sifatida, turizmdagi iste'molchilarning xatti-harakati o'sib borayotganligini ifodalaydi, sayyohlarning dam olish talablarini rivojlantirish va tushunish;

(2) sayyohlarning motivlarini va ehtiyojlari orqali bozor segmentlarini prognoz qilishga yordam berishi;

(3) turistlarning xarid qilish motivi turizmdagi iste'molchilarning xulq-atvori bilan bog'liqligi.

Turizm kontekstida turistlarning motivlari keng ko'lamli faoliyatni, jumladan sayohat joyini tanlash, joyashtirish ositalarini tanlash bundan tashqari dam olish faoliyati bilan shug'ullanish va sayohat tajribasiga ega bo'lishdan iborat. Ushbu faoliyatning har biriga turli omillar, jumladan, iqtisodiy, psixologik, madaniy, shaxsiy va ijtimoiy omillar ta'sir qilishi o'rganildi (1-rasm).



³ Vasco Santos - Factors influencing touristic consumer behaviour (2021)
www.tadqiqotlar.uz

1-rasm. Turistlarning xarid qilish motivlariga ta'sir etuvchi omillar⁴

Turizmdagi iste'molchilarning xatti-harakati turistlarning mavjud resurslarini (vaqt, pul, kuch) iste'mol bilan bog'liq sayohat obyektlariga taqsimlash bo'yicha qanday qaror qabul qilishlarini o'rganish sifatida aniqlanadi. Bunga ushbu qarorlardan oldingi, belgilovchi va amal qiladigan jarayonlarni tahlil qilish kiradi. Turizm sohasida iste'molchilarning xulq-atvoriga bir qancha omillar ta'sir ko'rsatadi va ularni umumiy ma'noda shaxsiy, psixologik va ijtimoiy, iqtisodiy omillarga bo'lish mumkin.

- **Individiv omillar:** Bular yoshi, jinsi, daromad darajasi va kasbi kabi demografik atributlarni o'z ichiga oladi, ular turizm tajribasining ma'lum turlari uchun imtiyozlarga ta'sir qilishi mumkin.
- **Psixologik omillar:** Bu qaror qabul qilish jarayonlarini sezilarli darajada boshqaradigan hislar, e'tiqodlar, munosabat va motivatsiyalarni o'z ichiga oladi. Masalan, xavfsizlik muammolari sayohatchilarni ma'lum bir joyga tashrif buyurishdan to'xtatib qo'yishi mumkin.
- **Ijtimoiy omillar:** Oila, do'stlar va ijtimoiy media sayohat tanloviga katta ta'sir ko'rsatishi mumkin. Sharhlar va tavsiyalar ko'rinishidagi ijtimoiy dalillar iste'molchining ma'lum turistik mahsulotlarni tanlash qaroriga ta'sir qilishi mumkin.
- **Iqtisodiy omillar** turizmda iste'molchilarning tanlovini belgilashda muhim rol o'ynaydi. Bu omillar byudjet, valyuta kurslari va iqtisodiy barqarorlik kabi jihatlarni o'z ichiga oladi, ularning barchasi sayohat qarorlariga ta'sir qilishi mumkin.
- **Byudjet:** Sayohatchilar ko'pincha moliyaviy imkoniyatlariga qarab yo'nalish va faoliyatni tanlaydilar. Byudjetni hisobga olgan sayyohlar xarajatlarni kamaytirish uchun byudjetli aviakompaniyalarni, iqtisodiy turar joylarni yoki mavsumdan tashqari sayohatlarni tanlashlari mumkin.

⁴ Muallif ishlanmasi
www.tadqiqotlar.uz

- *Valyuta kurslari:* Qulay valyuta kurslari ba'zi yo'nalishlarni yanada jozibador qilishi mumkin, chunki sayohatchilar o'z pullari uchun ko'proq qiymatga ega bo'lishlari mumkin.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak turizmda iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayonini tushunish biznes va xizmat ko'rsatuvchi provayderlar uchun juda muhimdir. Bu sayohatchilarning ehtiyojlariga moslashtirilgan yaxshi mahsulotlar va tajribalarni ishlab chiqishda yordam beradi. Yurqoridagi omillarni o'rganish orqali quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Muammoni aniqlash: Bu iste'molchi sayohat qilish zarurati yoki istagini aniqlaydigan dastlabki bosqichdir, xoh u dam olish, biznes yoki ijtimoiy sabablarga ko'ra.

1. Turistik mahsulotlar va xizmatlarni targ'ibot qilishni ijtimoiy tarmoqlar orqali samarali amalga oshirishi mexanizmlarini ishlab chiqish;
2. Keng tanlovli raqabotbardosh turistik marshrutlar va paketlarni ishlab chiqishni takomillashtirish;
3. Xadirqilish motivlarini anketa-so'roqnomlar orqali doimiy ravishda o'rganish metodlarini ishlab chiqish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
2. <https://stat.uz/uz/>
3. Santos, V., Ramos, P., Sousa, B., Almeida, N. and Valeri, M. (2022), "Factors influencing touristic consumer behaviour", Journal of Organizational Change Management, Vol. 35 No. 3, pp. 409-429. <https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2021-0032>
4. Xalilov, S. (2023). Turizm industriyasida yoshlar tadbirkorligini rag'batlantirishning tashkiliy jihatlari.
5. Sayfutdinov, S. (2021). O'ZBEKISTONDA TURIZMNING BARQAROR RIVOJLANISH JARAYONLARI VA HOLATLARI.
6. Tilovmurodov, D. (2024). Imkoniyati cheklanganlarga to'liqsiz turizm xizmatlarini tashkil etish istiqbollari.