



YOSHLAR VA TALABALAR SAYOHATINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Axrorova Nilufar Uktamovna

“Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti doktoranti

Annatasiya: Yoshlar sayohati turizm va mehmondo‘stlik sanoatining kelajagi deb hisoblanadi, chunki hozirgi yoshlarda sayohatga nisbatan ishtiyoqlari balandki, kelajakda ular yoshi ulg‘ayganda ham sayohat qiladilar va bu sayohatga bo‘lgan muhabbatni kelajak avlodga o‘tkazadilar. Mazkur tezisda yoshlar sayohatini turizmning boshqa turlaridan o‘ziga xos bo‘lgan xususiyatlari borasida so‘z yuritilgan.

Kalit so‘zlar: yoshlar, yoshlar va talabalar sayohati, turizm turlari, sayohat xususiyatlari.

Yoshlar maxsus ijtimoiy guruh sifatida tarix, siyosatshunoslik, falsafa, psixologiya, pedagogika, sotsiologiya va boshqalar kabi ko‘plab fanlar doirasida o‘rganiladi. I.S. Kon mazkur ijtimoiy guruhning o‘ziga xos xususiyatlarini batafsil ochib bera olgan: “Yoshlar – bu ijtimoiy-demografik guruh bo‘lib, u yosh xususiyatlari, ijtimoiy maqom xususiyatlari va ikkalasiga bog‘liq ijtimoiy-psixologik xususiyatlar to‘plami asosida ajralib turadi. Yoshlik hayotlik davrining ma‘lum bir bosqichi sifatida biologik universaldir, lekin uning o‘ziga xos yosh chegaralari, ular bilan bog‘liq ijtimoiy mavqei va ijtimoiy-psixologik xususiyatlari ijtimoiy-tarixiy xususiyatga ega va ijtimoiy tizim, madaniyat va ma‘lum bir jamiyatga xos bo‘lgan ijtimoiylashuv qonuniyatlariga bog‘liq”. “Yoshlik” tushunchasi ijtimoiy dunyoning taniqli kategoriyasidir, lekin u ko‘plab fanlar doirasida o‘rganilganiga qaramay, u aniq talqinga ega emas, ayniqsa, ushbu ijtimoiy-demografik guruhning yosh chegaralari masalasida. Negaki, yosh oralig‘i “yoshlik” tushunchasini aniqlashda asosiy komponent hisoblanadi.

Aksariyat sotsiologlar yoshlik oralig‘ini 16 yoshdan 29 yoshgacha belgilaydilar. Yoshlar aholining ijtimoiy iqtisodiy faol qismini, ya‘ni har doim ham erishishning oddiy yo‘llari va vositalarini tanlamasdan, o‘z ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishni ta‘minlashni xohlaydigan fuqarolarning eng istiqbolli qatlamini ifodalaydi. Yoshlarning o‘ziga xos xususiyati - maksimalizm, o‘z imkoniyatlarini gipertrofik idrok etish va o‘z oldiga faqat ideal, mukammal natijalarga erishishni nazarda tutadigan vazifalarni qo‘yishdir.

Yoshlarning muhim xususiyatlaridan biri *salomatlik salohiyati* borasida ular aholi orasida jismoniy va psixologik jihatlari bo‘yicha eng sog‘lom guruhdir. Yoshlar mohir rahbarlik bilan jamiyatni jonlantirishi mumkin bo‘lgan sarflanmagan energiyaning sezilarli zaxirasiga ega. Asosan, iqtisodiyotni intensivlashtirishning asosiy omillarini tashkil etuvchi eng yangi texnologiyalar, boshqaruv tizimlarini faqat yangi, noan‘anaviy tafakkur tipidagi odamlar yaratishi mumkin. Eng muhim ijtimoiy guruhlardan biri sifatida yoshlar nafaqat ijtimoiy munosabatlar tarkibiga kiradi, balki ularni o‘zgartirib, o‘zining innovatsion salohiyatini ro‘yobga chiqarishi mavjud tendensiyalarning muhim ko‘rsatkichi va butun jamiyat taraqqiyotining umumiy yo‘nalishidir. Bu jamiyatning eng harakatchan qismi bo‘lib, u ijtimoiy tuzilmaning dinamikasiga, sinfdagi o‘zgarishlarga faol ta‘sir qiladi.

Turizm yosh individning shaxsini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Turizm yordamida yoshlarning salohiyatini ochib berish uchun sharoit yaratish, shuningdek, yoshlar sohasida



bag'rikenglik, o'z va o'zga xalqlar tarixi va madaniyatiga hurmatga asoslangan ijtimoiy ahamiyatga ega norma va qadriyatlarni mustahkamlash mumkin. Zamonaviy texnologiyalar jamiyatidagi sport va dam olish komponenti yoshga sog'lig'ini saqlashga yordam berishi, faoliyat turini o'zgartirish va faol dam olishni turmush tarzining ajralmas qismi sifatida joriy etish orqali ularning elektron axborot olamiga to'liq sho'ng'ishiga yo'l qo'ymasligi kerak. Demografik jihatdan tasniflash turizm uchun muhim ahamiyatga ega, ya'ni bozorni yoshi, jinsi, oilaviy ahvoli, oila tarkibi va iste'molchilari va boshqalar bo'yicha ma'lum guruhlariga bo'lish kabilar.

Demografik xususiyatlarni baholash nisbatan oson. Ijtimoiy-demografik nuqtai nazardan yoshlar yosh xususiyatlariga ko'ra ajralib turadigan va ijtimoiy mavqei, qadriyatlari, qiziqishlari, me'yorlari va ehtiyojlari bilan boshqalardan ajralib turadigan guruh sifatida tavsiflanadi. Yoshlar yuqoridagi bir yoki bir nechta xususiyatlardan kelib chiqqan holda kichik norasmiy jamoalarni shakllantirishga moyildirlar.

Ta'lim – yoshlar faoliyatining eng muhim yo'nalishlaridan biridir. Yoshlar uchun ta'lim strategiyalarini shakllantirish hududlarning va umuman jamiyatning holati va rivojlanishi bilan bevosita bog'liq. Ta'lim tizimi yoshlarning ta'lim va kasbiy yo'nalishlarini shakllantirishning eng muhim tashqi regulyatoridir.

Hozirgi vaqtda yoshlar *moslashuvchan ijtimoiy guruh* sifatida Internet resurslaridan foydalangan holda yetarli ma'lumotga ega bo'lish imkoniyatiga ega. Shuning uchun har qanday mahsulot yoki xizmat haqida ma'lumot olish, o'xshash mahsulotlarni solishtirish qiyin emas. Shu munosabat bilan, boshqa mahsulotlarga nisbatan mahsulot sifati, uning xususiyatlari haqida ma'lumotga ega bo'lgan yoshlar vakili, kamdan-kam hollarda, ma'lum bir mahsulot reklamasiga e'tibor berib, ushbu ko'rsatkichlar bo'yicha mahsulotni sotib oladi.

Ko'pgina tadqiqotlarga ko'ra, hozirda mablag'larning katta qismi yoshlar tomonidan oziq-ovqat, uy-joy, kundalik tovarlar kabilarga sarflanmoqda. Biroq shunday bo'lsa ham yoshlar o'z budjetining uchdan bir qismini o'yin-kulgi va sayohatga sarflaydi. Yoshlar mahsulot yoki xizmatni tanlashda “narx” va “tovar sifati” kabi ko'rsatkichlarga amal qiladi, chegirmalar, aksiyalar va bonuslar tanlovga katta ta'sir ko'rsatadi. Ammo reklama mahsulot yoki xizmatni tanlashga ta'sir qilmaydi.

Yoshlar va talabalarning o'ziga xos xulq-atvor stereotipi va turistik ustuvorliklarni belgilash usuli mavjud. Yoshlar va talabalar uchun quyidagilar xosdir:

- guruh yoki individual turlarni sotib olish;
- ta'lim, sport, ko'ngilochar sohalarning ustuvorligi;
- har qanday arzon turar joyni tanlash (mehmonxonalar, yotoqxonalar, dam olish markazlari);
- ovqatlanmasdan va qo'shimcha xizmatlarning minimal to'plami bilan turlarni sotib olish imkoniyati;
- dam olish vaqti turistik mavsumga to'g'ri kelmasligi mumkin. Shuningdek, turli chegirmalar va bonuslar ayniqsa jozibador hisoblanadi, chunki ko'pchilik yoshlar katta moliyaviy imkoniyatlar yo'qligi sababli pulni tejashga harakat qilishadi.

Yoshlar, qoida tariqasida, talabalar va oila yuki bo'lmagan odamlar, ta'til paytida faol sayohatga tayyor insonlardir. Ularning ko'pchiligi uchun sayohat o'z-o'zidan maqsad va hayot tarziga aylanadi. Yoshlar sayyohlik harakatining o'ziga xos xususiyati yoshlarning turli ijtimoiy tarmoqlardagi faol muloqotidir, bu orqali nafaqat to'g'ridan-to'g'ri muloqot va ma'lumotlar almashinuvi amalga oshiriladi, balki aloqalar o'rnatiladi va manfaatdor jamoalar paydo bo'ladi.

Bundan xulosa qilish mumkinki, yoshlar 14-16 yoshdan 30 yoshgacha bo'lgan, jismoniy va psixologik salomatlik darajasi yuqori, faol aqliy faoliyatga qodir, jamiyatdagi nisbatan boshqa ijtimoiy guruhlariga nisbatan intensiv faollik bilan ajralib turadigan aholining alohida ijtimoiy-



demografik guruhidir. Bunday ko'rsatkichlar ushbu ijtimoiy guruhning yangi turmush sharoitlariga tez moslashishiga yordam beradi, bu esa, albatta, jamiyat taraqqiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Chapman David. Director General. WYSE Travel Confederation 18 October 2016 | World Tourism Conference. New Horizons III Executive summary, Agobal study of the youth and student traveller. P. 5. 7. Global Report on The Power of Youth Travel. Affiliate members report. Volume thirteen.
2. Glover, P. (2010), “Generation Y’s future tourism demand: some opportunities and challenges”, in Benckendorff, P., Moscardo, G. and Pendergast, D. (Eds), *Tourism and Generation Y*, CAB International, Cambridge, MA, pp. 155-63.
3. Mumuni, A. G. & Mansour, M. (2014). Activity-based segmentation of the outbound leisure tourism market of Saudi Arabi. *Journal of Vacation Marketing*, 20(3), 239-252.
4. Akhrorova, N. U. (2022). Swot Analysis in Youth Tourism Development Strategies for Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(12), 26-33.
5. Todorovic, N., Apelic, J. & Romic, G. (2015). Characteristics of foreign youth tourism in Belgrade.
6. World Economic Forum (2013) *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013* World Tourism Organization International conference on youth tourism, New Delhi (India): Final report.
7. Axrorova, N. (2023). THE ROLE OF GEO INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 33(33).
8. Uktamovna, A. N. (2023). THE FOREIGN COUNTRIES’EXPERIENCE ON TOURISM AND YOUTH POLICY. *Journal of new century innovations*, 31(1), 125-131.
9. Moisa, C. O. (2010). Aspects of the youth travel demand. *Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica*, 12(2), 575.
10. Bywater, M., Youth and student travel market, *Travel & Tourism Analyst* Vol. 3, 35-50, 1993.
11. Jones, D., Social Tourism in the E.U. - Student & Youth Travel, European Commission Seminar, Brussels, 2007.