

UDK:338

Axrorova Nilufar Uktamovna,

*“Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro
universiteti doktoranti, ORCID- 0000-0003-3955-1371,
akhrorovanilufar777@gmail.com*

TALABA VA YOSHLAR SAYOHATINING NAZARIY JIHATLARI HAMDA UNI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI

Annotatsiya: Talabalar turizmi sayyohlik sanoatining o‘ziga borayotgan segmenti bo‘lib, yoshlar ko‘proq chet elda ta‘lim va madaniy tajribalarni izlamogda. Mazkur maqolada talaba va yoshlar sayohatining tushunchasi, xususiyatlari va turlarini o‘rganish jarayonida xalqaro tajribalar asosida olib borilgan ilmiy tadqiqotlar asosida talabalar, yoshlar va ularning sayohati, talabalar turizmi ishtirokchilarining turlari, xususiyatlari, motivatsiyalari tadqiq qilingan. Shuningdek, mazkur nazariy tadqiqot asosida talabalar turizmini rivojlantirishning marketing strategiyalari taqdim qilingan.

Kalit so‘zlar: talaba va yoshlar sayohati va turizmi, sayohat xususiyatlari, marketing strategiyalari.

THEORETICAL ASPECTS OF STUDENT AND YOUTH TRAVEL AND STRATEGIES FOR ITS DEVELOPMENT

Abstract: Student tourism is a growing segment of the travel industry, with young people increasingly seeking educational and cultural experiences abroad. In this article, in the process of studying the concept, characteristics and types of student and youth travel, based on scientific research conducted on the basis of international experiences, students, young people and their travel, types, characteristics, and motivations of participants in student tourism were researched. Marketing strategies for the development of student tourism are also presented on the basis of this theoretical research.

Keywords: student and youth travel and tourism, travel characteristics, marketing strategies.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТУДЕНЧЕСКОГО И МОЛОДЕЖНОГО ПУТЕШЕСТВИЯ И СТРАТЕГИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: Студенческий туризм является растущим сегментом туристической индустрии, где молодые люди все чаще стремятся получить образовательный и культурный опыт за рубежом. В данной статье в процессе изучения понятия, особенностей и видов студенческого и молодежного туризма на основе научных исследований, проведенных на основе международного опыта, студенты, молодежь и их путешествия, виды, характеристики и мотивация участников исследований студенческий туризм. На основе данного теоретического исследования также представлены маркетинговые стратегии развития студенческого туризма.

Ключевые слова: студенческие и молодежные путешествия и туризм, характеристики путешествий, маркетинговые стратегии.

KIRISH

Talaba va yoshlar sayohati har bir jamiyatning ijtimoiy-madaniy mexanizmlardan biri bo‘lib, uning yordamida yoshlarning qobiliyatlarini rivojlantirish, mavhumlarini kashf etish, shuningdek, yoshlar ongida sayohat madaniyatini shakllantirish, milliy va madaniy qadriyatlarni mustahkamlashga xizmat qiluvchi soha hisoblanadi. Yoshlar sayohati an‘anaviy turizm tushunchasidan uning ishtirokchilarining maxsus o‘ziga xos xususiyatlari bilan farq qiladi. So‘nggi o‘n yillikda bu tarmoq juda tez rivojlandi va yoshlar tomonidan turizmning turli ko‘rinishlariga sarflangan mablag‘lar tufayli ko‘pgina davlatlarning moliyaviy holatiga o‘z hissasiga qo‘shgan desak mubolag‘a bo‘lmaydi. Xususan, yoshlar turizmi bugungi kunda bir

milliarddan ortiq xalqaro sayyohlarning 23% dan ortig'ini o'z ichiga olgan xalqaro turizmning eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biriga aylanib ulgurgan, har yili 333 milliard AQSh dollarida turistik tushum olib keladi, sayohat uchun yiliga mazkur segmentning birgina vakili o'rtacha 2867 yevro xarajat qiladi.¹

Butunjahon Yoshlar, Talabalar, Ta'lim va Sayohat Konfederatsiyasi (World Youth Student&Education Travel Confederation)ning ma'lumotlariga ko'ra jahon yoshlar sayohati bozori xalqaro sayohatlarga doimiy ravishda katta hissa qo'shishni kelajakda ham davom ettiradi. 15 yoshdan 24 yoshgacha bo'lgan yoshlar soni 2040-yilga kelib 1,3 milliarddan oshishi kutilmoqda. [1]

Shuningdek, StudentUniverse sayohat agentligi tomonidan o'tkazilgan tadqiqotga ko'ra talabalarining 1/3 dan ortiq qismi moddiy buyumlardan qaraganda taassurotlarga pul sarflashni ma'qul ko'rishi aniqlangan.² Bu esa aynan talaba va yoshlarning sayohatsevarligidan dalolat bo'la oladi.

Talabalar va yoshlar sayohati yosh shaxslarning shaxsiy, akademik va madaniy rivojlanishini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydigan dinamik va rivojlanayotgan sohadir. Globallashuv odamlar va madaniyatlarni chegaralar orqali bog'lashda davom etar ekan, talabalar va yoshlarning dunyo bo'ylab sayohat qilish va kashf qilish imkoniyatlari sezilarli darajada kengaydi. Ushbu maqolada talabalar va yoshlar sayohatining nazariy jihatlarini o'rganilgan bo'lib, mazkur turizm yo'nalishining asosiy o'ziga xos xususiyatlari yoritib berilgan.

Talabalar va yoshlar sayohatlarining nazariy asoslarini o'rganib, biz ushbu tajribalar shaxsiy o'sishga, madaniyatlararo kompetensiyaga va global fuqarolikka qanday hissa qo'shishini chuqurroq tushunishimiz mumkin. Talabalar va yoshlar sayohatlari haqida ma'lumot beruvchi nazariy asoslarni har tomonlama tahlil qilish orqali biz o'qituvchilar, siyosatchilar va sanoat manfaatdor tomonlariga keyingi avlod uchun sayohat tajribasining sifati va ta'sirini oshirish uchun tushunchalar berishni maqsad qilganmiz.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Maqolada ilmiy-nazariy, kuzatish va tanlash metodlaridan foydalanilgan bo'lib, yoritilgan tadqiqot natijalarining ishonchiligi tadqiqotda foydalanilgan xorijiy statistik rasmiy manbalardan, Butunjahon Turistik Tashkiloti hamda Butunjahon Yoshlar, Talabalar, Ta'lim va Sayohat Konfederatsiyasining rasmiy veb-saytidan foydalanish bilan izohlanadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Yosh sayyohlar unchalik ko'p mablag'ga ega bo'lmasa-da, lekin yetarlicha bo'sh vaqti bor. Bu shuni anglatadiki, ular turistik yo'nalishlarda oddiy sayohatchilardan ko'ra uzoqroq qolishlari mumkin. Butunjahon Yoshlar, Talabalar, Ta'lim va Sayohat Konfederatsiyasi (WYSE Travel Confederation) tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, 2013-yilda yosh sayohatchilar asosiy sayohatlarga o'rtacha jami 2160 AQSh dollari, global sayyohlar uchun esa o'rtacha 1 097 AQSh dollari sarflagan [1]. Shubhasiz, boshqa sayyohlarga qaraganda uzoqroq sayohat qilgan yosh sayohatchilar o'rtacha uchdan ikki baravar ko'p pul sarflashadi. Bundan tashqari, ular ko'pincha o'z sayohatlarini vositachilarsiz mustaqil ravishda rejalashtirishga harakat qilishadi, ya'ni ular mahalliy muassasalarda o'zlarining katta miqdordagi pullarini to'g'ridan-to'g'ri sarflashadi [11]. Shubhasiz, bu mahalliy tadbirkorlik sub'ektlarining iqtisodini yaxshilashga olib keladi.

Talaba va yoshlar sayohati tushunchasiga ilmiy yondashuvlar juda xilma-xil va turli qarashlarga ega, negaki, yosh (Jones, 2007) [13], motivatsiya (Zulhaimi, Halim and Zawawi, 2018) [10] va sayohat qilish tabiati (Todorovic, Apelic and Romic,) [14] kabi ba'zi mezonlar shunchalik xilma-xilki, ma'lum bir ta'rif talaba va yoshlar sayohati tushunchasini har tomonlama ta'riflab ochib berishi mushkul. Shu bois, eng ko'p olimlar va tadqiqot markazlari tomonidan tan olingan ilmiy ta'rif va tushunchalarni taqdim qilmoqdamiz.

Yosh sayohatchilar odatda arzon narxlardagi aviakompaniyalar va turar joyni, yangi odamlar bilan tanishishni, yangi madaniyatni, o'yin-kulgi va sarguzashtlarni mustaqil ravishda yoki oldindan rejalashtirgan holda, uzoq va qisqa muddatli ta'tillarni afzal ko'ruvchilar hisoblanadilar. [9] Aksariyat yoshlar cheklangan mablag' bilan sayohat qilishadi, shuning uchun ular turli xil

¹ <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/>

² <https://www.studentuniverse.com/state-of-student-travel-2024>

qimmatbaho xizmatlardan pullarini tejab, boshqa o'zlaridek yosh sayohatchilar yoki mahalliy aholi bilan do'stona muhit yaratishlari mumkin bo'lgan arzon yotoqxonalarini tanlashni afzal ko'rishadi. Mazkur xususiyatlarni jamlagan holda Kanada Yoshlar Turizmi Konsorsiumi (YTCC – Youth Tourism Consortium of Canada) quyidagicha ta'riflaydi: *“yoshlar sayohati - bu 30 yoshgacha bo'lgan, oilasisiz sayohat qiladigan, biznes maqsadlarida emas, balki do'stlari yoki qarindoshlarini ziyorat qilish, ta'lim maqsadlarida yoki shunchaki dam olish uchun 24 soatdan ortiq davom etadigan sayohatdir”*. [3, 6]

“Yoshlar turizmi” uchun eng muqobil ta'riflardan biri Butunjahon Yoshlar Talabalari va Ta'lim Sayohatlari Konfederatsiyasi (WYSETC – World Youth Student and Educational Travel Confederation) tomonidan berilgan: *“Yoshlar sayohati yangi madaniyatlarni boshdan kechirish, hayotiy tajriba orttirish va sayohatchining odatiy muhitidan tashqarida o'rganish uchun rasmiy yoki norasmiy imkoniyatlardan foydalanish istagi bilan qisman yoki to'liq motivatsiyalangan 16 yoshdan 29 yoshgacha bo'lgan shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan bir yildan kam davom etadigan barcha mustaqil sayohatlarni o'z ichiga oladi”*.

Yana bir muhim e'tiborga molik tomoni bu yosh chegarasidir. Birlashgan Millatlar Tashkilotining ma'lumotlariga ko'ra, 15-24 yoshgacha bo'lgan shaxslar “yoshlar” hisoblanadi, Butunjahon sayyohlik tashkiloti esa yosh chegarasini 15 yoshdan 25 yoshgacha deb ta'kidlaydi. Shuningdek, bunday xilma-xilliklar juda ko'p, masalan, Kanada Yoshlar Turizmi Konsorsiumi 26-30 yosh deb belgilasa (Alice 2004) [3], London va Avstraliyada yosh sayohatchilar esa 15-34 yosh oralig'ida ekanligini ko'rsatilgan. (Carr 2001) [4], (Sullivan 2004) [5].

Yoshlar sayohati haqida umumiy tushunchaga ega bo'lgan bo'lsak-da, uning yosh chegaralari, xususiyatlari va sayohat qilish tabiatining o'ziga xosligi baribir mazkur sohaning nazariy jihatlarida chuqur tahliliy yondashuvni talab qiladi. Misol uchun yosh chegarasi qonuniy jihatdan turli davlatlarda turlicha. Yuqorida berilgan ta'riflarda ham mutloq chegara tayinlanmagan. O'zbekiston qonunchiligi ko'ra, yosh doirasi 14yoshdan 30 yoshgacha tayinlangan, biroq ota-onasiz yoki qonuniy vasiysiz sayohat qila olishi uchun 16yoshdan katta bo'lishi ta'kidlangan [12]. Demak, bizning tadqiqotimiz o'rganish doirasida ham yosh jihatdan, ham talaba ekanligi jihatidan ahamiyatga ega.

TAHLIL VA NATIJALAR

Talabalar va yoshlarning sayohat dasturlarini rejalashtirayotganda, ishtirokchilar uchun xavfsiz, boyitish va ta'sirchan tajribani ta'minlash uchun turli omillarni hisobga olish muhimdir. Yo'lga chiqishdan oldin keng qamrovli yo'nalishni, madaniy sezgirlikni o'rgatish va sayohat davomida doimiy yordam ko'rsatish qiyinchiliklarni yengillashtirish va talabalarning umumiy tajribasini oshirishga yordam beradi. Mahalliy hamkorlar bilan hamkorlik qilish, axloqiy me'yorlarga rioya qilish va ishtirokchilarning farovonligini birinchi o'ringa qo'yish talabalar va yoshlar sayohatlari dasturlarini tashkil etishda muhim ahamiyatga ega [16].

Talaba va yoshlar sayohati xususiyatlari. Mazkur yo'nalish sayohatning o'ziga xos shakli aynan shu demografik guruhning ehtiyojlari va manfaatlariga javob berishidir. Talabalar va yoshlar sayohatining asosiy tafsilotlari va xususiyatlarini quyidagi rasmda tasvirlashga harakat qildik. (1-rasm.)

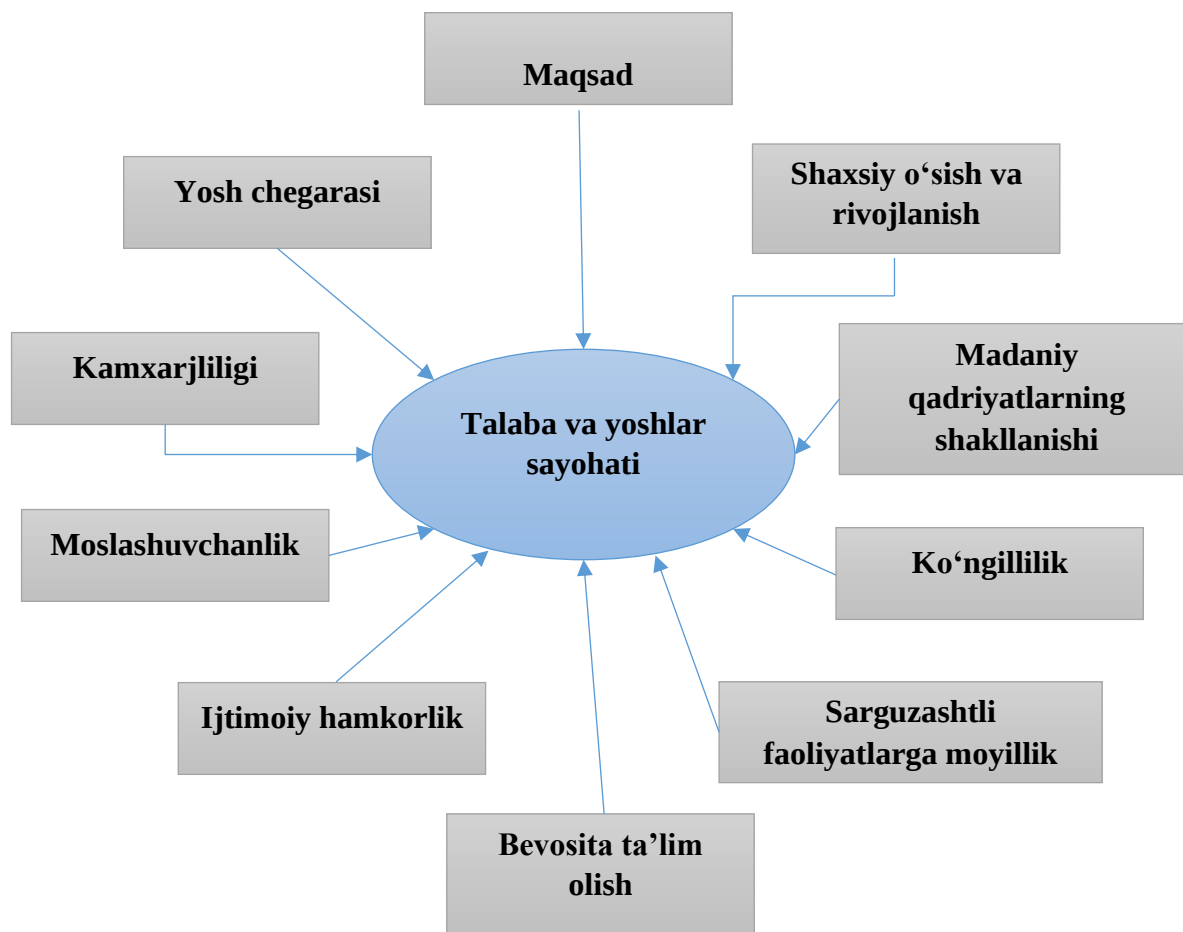
Manba: Muallif ishlanmasi.

1. *Maqsad:* Talaba va yoshlar sayohatlarining asosiy maqsadi yangi yo'nalishlarni o'rganish, turli madaniyatlar bilan tanishish, yangi ko'nikmalarni o'rganish va dunyoqarashini kengaytirishdan iborat. Bu ko'pincha til o'rganish, ko'ngillilik, amaliyot yoki chet elda o'qish [15] kabi ta'lim yoki tajriba komponentlarini o'z ichiga oladi.

2. *Yosh chegarasi:* Talaba va yoshlar sayohati asosan 16 yoshdan 30 yoshgacha bo'lgan shaxslarni o'z ichiga oladi [23]. Bu yosh oralig'i asosan oliy ta'lim muassasalari va kasb-hunar maktablarida tahsil olayotgan talabalarni va sarguzasht va shaxsiy o'sishga intilayotgan yosh mutaxassislarini qamrab oladi [22].

3. *Kamxarjliligi:* Talabalar va yoshlar sayohatlari kam xarajat qilishlari bilan mashhur. Ko'pgina sayyohlik kompaniyalari talabalar va yoshlar uchun chegirmali tariflar, maxsus paketlar va eksklyuziv takliflarni taklif qilishadi. Xostellar, iqtisodiy toifadagi turar joylar va arzon transport imkoniyatlari ham ushbu segmentda juda ommalashgan [26].

4. *Moslashuvchanlik*: Talabalar va yoshlarning sayohati sayohat davomiyligi, marshrut va tadbirlar bo'yicha ko'proq moslashuvchanlikni ta'minlaydi. Yosh sayohatchilar o'z sayohatlarini mustaqil ravishda rejalashtirishlari [27] yoki individual imtiyozlarga mos keladigan turli xil variantlarni taklif qiladigan moslashuvchan tur paketlarini tanlashlari odatiy holdir [18].



1-rasm. Talaba va yosh sayohati xususiyatlari.

5. *Ijtimoiy hamkorlik*: Talabalar va yoshlar sayohatlarining eng muhim jihatlaridan biri bu dunyoning turli burchaklaridan kelgan hamfikrlar bilan uchrashish imkoniyatidir. Sayohatchilar ko'pincha yotoqxonalarda qolishadi yoki yangi do'stlar orttirish, madaniy almashuv va tarmoq o'rnatishni rag'batlantiradigan ijtimoiy muhitni rivojlantiradigan guruh tadbirlarida qatnashadilar [20,21].

6. *Bevosita ta'lim olish*: Talabalar va yoshlar sayohatlari ko'pincha ta'lim komponentlarini o'z ichiga oladi. Bu til kurslarida qatnashish, muayyan mavzular bo'yicha seminarlar yoki seminarlarda qatnashish, *cultural immersion* (o'zini boshqa madaniyatga kiritish, mahalliy aholi bilan muloqot qilish va boshqalarning yashash tarzini tushunish) faoliyati bilan shug'ullanish yoki hatto chet elda o'quv dasturlarini davom ettirishni o'z ichiga olishi mumkin [24, 30].

7. *Ko'ngillilik va jamoat xizmati*: Ko'plab yosh sayohatchilar sayohatlari davomida ko'ngilli ish yoki jamoat xizmati loyihalarida qatnashishni afzal ko'rishadi. Bu ularga mahalliy hamjamiyatlarga hissa qo'shish, ijobiy ta'sir ko'rsatish va dunyoning turli burchaklaridagi ijtimoiy muammolarni chuqurroq tushunish imkonini beradi [7, 25].

8. *Sarguzashtli faoliyatlarga moyillik*: Talabalar va yoshlar sayohati ko'pincha piyoda yurish, trekking, suv sporti, yovvoyi tabiatni o'rganish va boshqa jismoniy kuch talab qiladigan sarguzashtli mashg'ulotlarni o'z ichiga oladi [17].

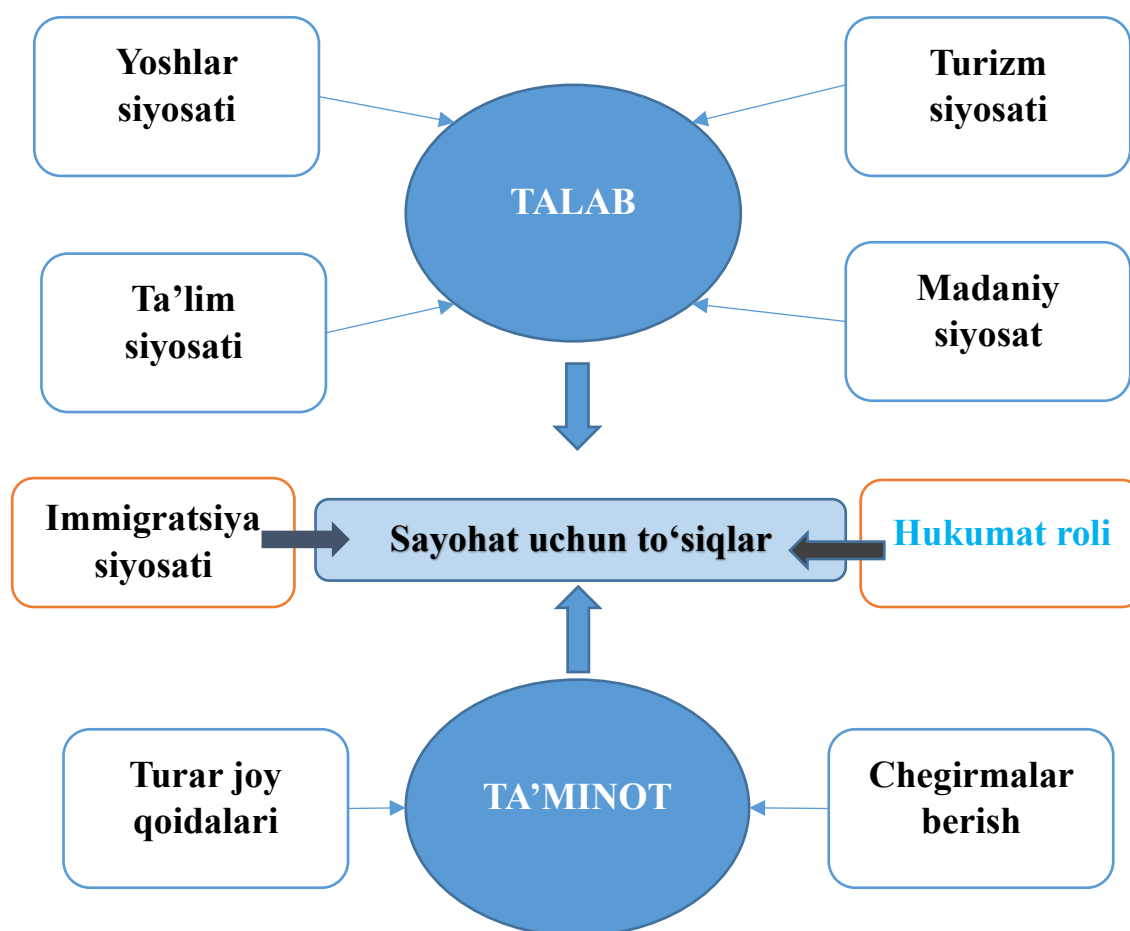
9. *Madaniy qadriyatlarining shakllanishi*: Talabalar va yoshlarning sayohatlari madaniy almashinuv uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Sayohatchilar mahalliy urf-odatlar, urf-odatlar va oshxonaga sho'ng'ib, turli madaniyatlar va istiqbollarni chuqurroq tushunishlari mumkin [19].

10. *Shaxsiy o'sish va rivojlanish*: Talabalar va yoshlar sayohati shaxsiy o'sishni, mustaqillikni, o'z-o'zini kashf qilishni va moslashuvchanlik, muammolarni hal qilish, madaniyatlararo muloqot va qat'iyatlilik kabi qimmatli hayotiy ko'nikmalarni rivojlantirishga yordam beradigan transformativ tajriba sifatida qaraladi [29].

Talabalar va yoshlar sayohatlarining yana bir muhim nazariy jihati uning shaxsiy rivojlanish, madaniyatlararo kompetensiya va global fuqarolikka ta'sirini o'rganishdir. Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, sayohat tajribasi talabalarning o'ziga bo'lgan ishonchini, bardoshlilikini va moslashuvchanligini sezilarli darajada oshirishi mumkin. Yosh sayohatchilar notanish, begona muhitlarga sho'ng'ish orqali qiyinchiliklarni yengib o'tishni, turli kelib chiqishi bo'lgan odamlar bilan samarali muloqot qilishni va madaniy farqlarni ko'proq qadrlashni o'rganadilar. Bu tajribalar nafaqat o'quvchilarning dunyoqarashini kengaytiradi, balki hamdardlik, bag'rikenglik va global o'zaro bog'liqlik hissin [28] ham rivojlantiradi.

MUHOKAMA

2-rasm. Talabalar va yoshlar turizmi uchun milliy siyosat muhiti. Manba: Xalqaro Talabalar



va Sayohat Konfederatsiyasi (ISTC).

Bugungi kunga qadar talaba-yoshlar turizmi, ta'lim va madaniy almashinuvlar o'rtasida aynan siyosiy bog'liqliklar mavjudligini tan oluvchi bir qancha davlatlar mavjud. Xalqaro Talabalar va Sayohat Konfederatsiyasi tomonidan berilgan siyosiy muhit (2-rasm) ko'pgina davlatlar tomonidan eng maqbul deb topilgani hisoblanadi. Shunga asoslangan holda bir necha davlatlar o'zlarining dasturlarini tuzishgan.

Masalan, Daniya yoshlar siyosatining umumiy maqsadi: "Barcha yoshlar jamiyat rivojiga faol hissa qo'shuvchi sifatida mustaqil va ko'p qirrali hayotga munosib bo'lgan voqealarga boy

yoshlar imkoniyatlaridan bahramand bo'lishlari kerak". Buning natijasi hukumatning chet elga sayohat va o'qishni faol rag'batlantirishidir. 2016-yilda 4370 nafar talaba chet elda ta'lim olish uchun grant oldi (ERASMUS kabi almashinuv dasturlarida qatnashuvchilardan tashqari). [6]

Aytish joizki, nisbatan kam sonli mamlakatlar talabalar va yoshlar turizmi uchun maxsus siyosiy dasturga ega hamda mazkur mavjud siyosatlar odatda reklama va marketing bilan bog'liq hisoblanadi. Misol uchun, Malayziyada talabalar turizmi Sakkizinchi Milliy Rivojlanish rejasiga kiritilgan. Ko'pgina davlatlarning, shu jumladan, Janubiy Afrika va Hindistonning Milliy Yoshlar Rejalari dasturlariga kiritilgan.[8] "BMT tizimining Butunjahon yoshlar forumi" (Braga, Portugaliya) [24] yoshlarga oid milliy siyosatni ishlab chiqishda turizmni e'tiborga olish kerak bo'lgan asosiy yo'nalishlardan biri bo'lishini tavsiya qildi. Biroq, hozirgi vaqtda ko'pgina mamlakatlarda turizm va yoshlar siyosati o'rtasida hali ham nisbatan kam muvofiqlashtirish mavjud.

Bir qator mamlakatlar to'liq vaqtda o'qiyotgan yoshlar uchun bir davlatda uzoq muddat qolishlariga imkon beruvchi yanada moslashuvchan talaba vizalarini ishlab chiqdilar. Yangi Zelandiyada talabalarning immigratsiya siyosati kirishni rag'batlantirish va ish imkoniyatlari bo'yicha ko'proq moslashuvchanlikni ta'minlash maqsadida takomillashtirildi – bu barcha sohalarga, jumladan, til, maktab darajasi va oliy o'quv yurtlari talabalariga ijobiy ta'sir ko'rsatadi [25]. Hukumatning yangi tashabbuslari kengaytirilgan xalqaro talabalar stipendiya dasturini va doktorantlar uchun ko'proq imkoniyatlarni o'z ichiga oladi.

Talabalar va yoshlar turizmi bilan bog'liq eng keng qamrovli siyosat Osiyoda ishlab chiqilgan, negaki bu yerda bir qator davlatlar sayohatni ta'lim jarayonining kengayishi va xalqaro tushunishni shakllantirish vositasi sifatida ko'rishadi.

Filippin yoshlar turizmini rag'batlantirishda ikkita asosiy maqsadga ega:

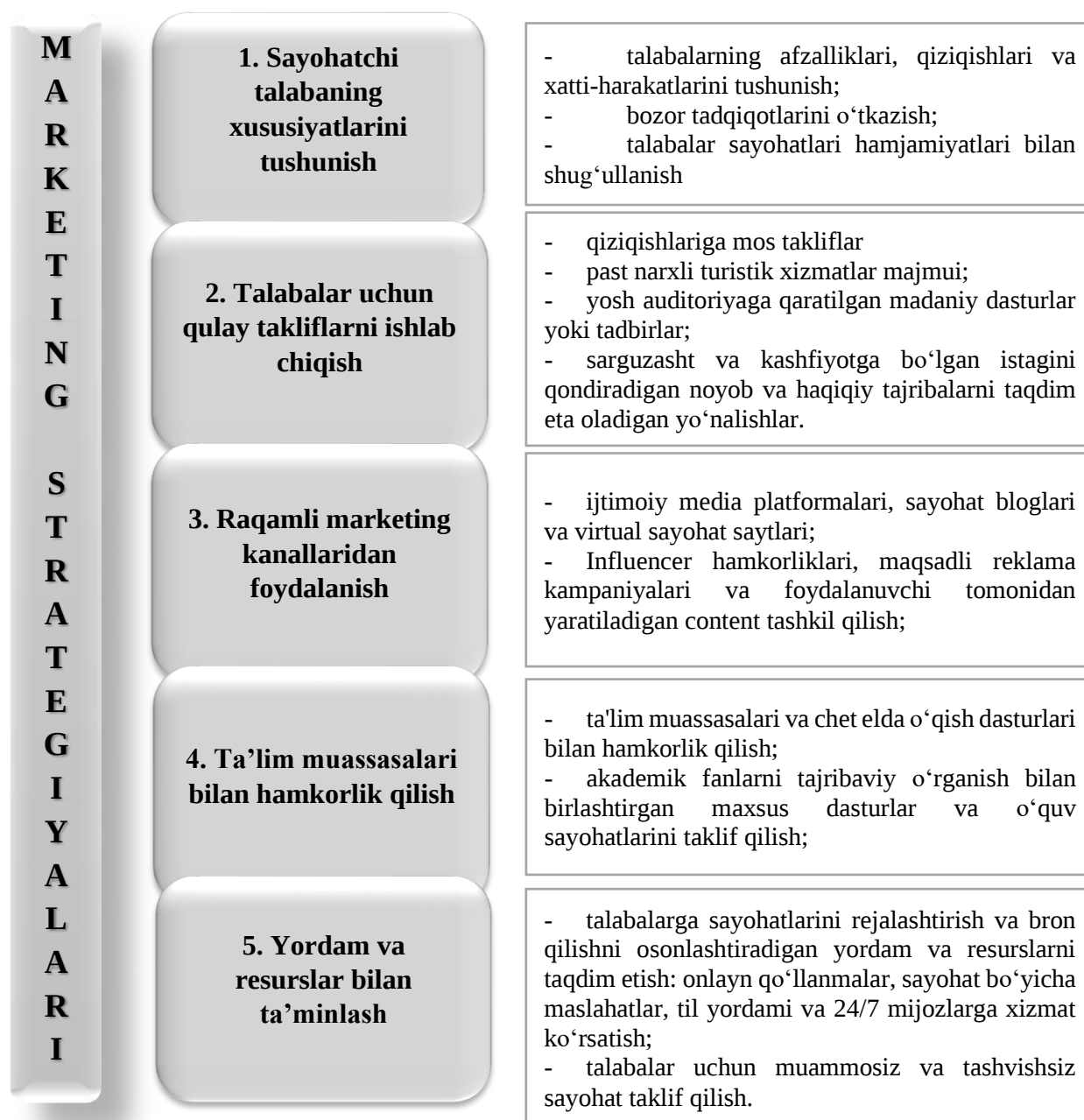
- 1) yoshlarning sayohat harakatini kuchaytirish;
- 2) Filippin yoshlarida mamlakatga daxldorlik, tartib-intizom va mamlakatning milliy merosi va atrof-muhitini asrash uchun g'amxo'rlikni kuchaytirish [25]. Dastur sayohatning ta'lim va qadriyatlarni shakllantirish uchun kuchli vosita sifatida muhimligini ta'kidlaydi.

Yuqorida keltirib o'tilgan davlatlarning siyosiy muhiti va marketing strategiyalaridan kelib chiqqan holda biz destinatsiyalar quyidagi rasmda marketing strategiyalarini amalga oshirish orqali talaba sayyohlarni jalb qilishda boshqa destinatsiyalardan raqobatda ustun kelishlari mumkin degan g'oyani ilgari suramiz. (3-rasm).

Targeting va segmentatsiya talaba sayyohlarini jalb qilmoqchi bo'lgan turistik destinatsiya marketologlari uchun hal qiluvchi strategiya sifatida paydo bo'ldi. Ushbu demografiyaning afzalliklari va xatti-harakatlarini tushunib, destinatsiyalar yosh sayohatchilarning o'ziga xos ehtiyojlari va qiziqishlarini qondirish uchun o'z takliflarini moslashtirishi mumkin. Bunda turmahsulotni ishlab chiqish, narxlash, rag'batlantirish va tarqatish kanallari talaba turistlar uchun jozibali tajriba yaratishning asosiy elementlari sifatida belgilanadi.

Talabalar turizmi ommalashib borar ekan, destinatsiyalar yosh sayohatchilarni qiziqtiradigan maqsadli marketing strategiyalarini amalga oshirish orqali ushbu tendensiyadan foydalanish uchun muhim imkoniyatlarga ega. Talaba sayohatchilarining afzalliklarini tushunish, talabalar uchun qulay takliflarni ishlab chiqish, raqamli marketing kanallaridan foydalanish, ta'lim muassasalari bilan hamkorlik qilish va qo'llab-quvvatlash va resurslarni taqdim etish orqali turistik destinatsiyalar noyob va boyituvchi sayohat tajribasini izlayotgan talabalarning sodiq mijozlar bazasini jalb qilishi va saqlab qolishi mumkin. Talabalar turizm bozoriga sarmoya kiritib, turistik destinatsiyalar unutilmas va o'zgaruvchan sarguzashtlarni qidirayotgan yosh sayohatchilar uchun eng yaxshi tanlov sifatida o'zini namoyon qilish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Talaba turistlarning ehtiyojlari va afzalliklarini tushunish va maqsadli marketing strategiyalarini amalga oshirish orqali destinatsiyalar ushbu o'sib borayotgan bozor segmentidan unumli foydalanishlari mumkin. Arzon va qulay variantlarni taklif qilish, talabalar uchun qulay tadbirlar va tadbirlarni targ'ib qilish va talabalar tashkilotlari bilan hamkorlik qilish orqali ko'proq talaba turistlarini jalb qilish va mahalliy iqtisodni yanada oshirish imkoniyati mavjud.



3-rasm. Turistik destinatsiyalar uchun talabalar turizmini rivojlantiruvchi marketing strategiyalari. Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

So'nggi yillarda talabalar va yoshlar sayohatlari tobora ommalashib bormoqda, ko'proq yoshlar dunyoni kashf etish va yangi tajriba orttirishni afzal ko'rmoqda. Sayohatning ushbu shakli talabalar va yosh sayohatchilarning ehtiyojlari va afzalliklariga mos keladigan o'ziga xos xususiyatlar va mulohazalar to'plami bilan tavsiflanadi. Talabalar va yoshlar sayohatlari budjetga mos turar joydan tortib sarguzashtli tadbirlargacha bo'lgan sayohatlar uchun kashfiyot va shaxsiy o'sish uchun turli xil imkoniyatlarni taqdim etadi. Fikrimizcha, talabalar turizmini nazariy jihatdan xususiyatlarini o'rgangan holda, uni yuqorida qayd etilgan marketing strategiyalari orqali rivojlantiradigan bo'lsak quyidagi ijobiy natijalarga erishamiz:

- madaniy almashinuv: talabalar turizmi o'quvchilarga turli madaniyatlar, an'analar va turmush tarzini o'rganish imkonini beruvchi madaniy almashinuv imkoniyatlarini beradi;

- ta'limni boyitish: yangi joylarga sayohat auditoriyada o'rganishni to'ldiradigan qimmatli ta'lim tajribasini taqdim etishi mumkin, bu esa talabalarga amaliy bilim va ko'nikmalarga ega bo'lish imkoniyatini beradi.

- shaxsiy rivojlanish: talabalar turizmi shaxsiy o'sish va rivojlanishga hissa qo'shishi, mustaqillikni, moslashuvchanlikni va kengroq dunyoqarashni rivojlantirishga yordam beradi;

- iqtisodiy ta'sir: talabalar turizmining rivojlanishi tashrif buyurilgan joylarga iqtisodiy foyda keltirishi, mahalliy korxonalarni qo'llab-quvvatlashi, ish o'rinlarining yaratilishi kabi iqtisodiy foydalar olib keladi;

- tarmoq va hamkorlik: talabalar turizmi madaniyatlararo tushunish va hamkorlikni rag'batlantirish, turli kelib chiqishi va institutlari talabalari o'rtasida tarmoq va hamkorlikni osonlashtirishi mumkin;

- barqaror sayohat amaliyotini targ'ib qilish: Talabalar turizmini rivojlantirish, shuningdek, barqaror sayohat amaliyotlari va mas'uliyatli turizm haqida xabardorlikni oshirishi mumkin, talabalarni sayohat paytida ularning atrof-muhitga ta'sirini yodda tutishga undaydi.

- xalqaro darajada istiqbol: talabalar turizmi orqali turli madaniyatlar va muhitlarni boshdan kechirish talabalarga keng dunyoqarashni rivojlantirishga va global muammolarni chuqurroq tushunishga yordam beradi.

Talaba va yoshlar sayohati ko'p qirrali hodisa bo'lib, u keng ko'lamli tajriba va motivatsiyalarni o'z ichiga oladi. Ta'lim imkoniyatlaridan tortib shaxsiy o'sish va madaniy almashinuvgacha, talaba yoki yosh shaxs sifatida sayohat qilish individual rivojlanish va global tushunishga chuqur ta'sir ko'rsatishi mumkin. Talabalar va yoshlar sayohatlarining nazariy jihatlarini tushunish orqali siyosatchilar, mazkur sohaning ta'lim beruvchilari va soha mutaxassislari kelgusi avlod uchun mazmunli sayohat tajribasini yaxshiroq qo'llab-quvvatlashlari va targ'ib qilishlari mumkin. Dunyo tobora o'zaro bog'langan bo'lsa, sayohat orqali qiziquvchanlik, hamdardlik va ochiq fikrlashni rivojlantirish yanada bag'rikeng va inklyuziv jamiyatni yaratish uchun muhim ahamiyatga ega.

Xulosa qilib aytganda, talabalar va yoshlar sayohati yosh shaxslar uchun maxsus ishlab chiqilgan sayohat shakli bo'lib, arzonlik, moslashuvchanlik, ta'lim imkoniyatlari, ijtimoiy o'zaro ta'sir, sarguzasht va shaxsiy o'sish kabi noyob xususiyatlarni taklif etadi. Bu yoshlarga dunyoni kashf qilish, turli madaniyatlar bilan tanishish va umrboqiy xotiralar yaratish imkoniyatini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Chapman David. Director General. WYSE Travel Confederation 18 October 2019 | World Tourism Conference. New Horizons III Executive summary, A global study of the youth and student traveller.
2. Youth Student & Educational Travel Statistics Report 2018. British Educational Travel Association (BETA), London, UK.
3. Alice, D. 2004. Youth tourism in Canada – A situational analysis of an overlooked Market. Canada: Youth Tourism Consortium of Canada.
4. Carr, N. 2000. An exploratory study of gendered differences in young tourists perception of danger within London. *Tourism Management* 22:565-570.
5. Sullivan, A. 2004. Defining trends in youth travel in Australia. In *The World Youth and Student Travel Conference 2004*. Madrid: World Youth and Student Travel Conference.
6. Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340–352. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075724>
7. Wearing, S., and Neil, J. (2001). Expanding Sustainable Tourism's Conceptualization: Ecotourism, Volunteerism and Serious Leisure. In S.F. McCool and R.N. Moisey, eds. *Tourism, Recreation and Sustainability, Linking Culture and the Environment*, pp.233-255
8. King, B., Richards, G., & Chu, A. M. C. (2023). Developing a tourism region through tourism and culture: bordering, branding, placemaking and governance processes. *Tourism Recreation Research*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2207156>

9. Crossley, E. (2012). Poor but happy: volunteer tourists' encounters with poverty. *Tourism Geographies*, 14(2):235-253.
10. Zulhaimi, N., Halim, M. S. A., & Zawawi, M. M. A. (2018). The Motives of Volunteerism Involvement in the Tourism Sector. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(6), 290–304.
11. Bywater, M., Youth and student travel market, *Travel & Tourism Analyst* Vol. 3, 35-50, 1993.
12. Akhrorova, N. U. (2022). Swot Analysis in Youth Tourism Development Strategies for Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(12), 26-33.
13. Jones, D., Social Tourism in the E.U. - Student & Youth Travel, European Commission Seminar, Brussels, 2007.
14. Todorovic, N., Apelic, J. & Romic, G. (2015). Characteristics of foreign youth tourism in Belgrade.
15. World Economic Forum (2013) The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 World Tourism Organization International conference on youth tourism, New Delhi (India): Final report.
16. 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.
17. 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.
18. Moisa, C. O. (2010). Aspects of the youth travel demand. *Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica*, 12(2), 575.
19. Caroline Wangari Njagi (2017). Understanding the travel motivation among youth travelers in Kenya: the 'push' and 'pull' paradigm.
20. Kim, K. (2008). Analysis of structural equation model for the student pleasure travel market: motivation, involvement, satisfaction, and destination loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(4), 297-313
21. Lee, U. & Pearce, P.L. (2002).
21. Maoz, D.: Backpackers Motivations: the role of culture and nationality. In: *Annals of Tourism Research* 2006 vol. 34, no. 1, p. 122-140.
22. Reisinger, Y. and Mavondo, F. (2003) Gender Differences in the Psychographic Profiles of The Youth Travel Market. *TTRA*
23. Richards Greg, Wilson Julie, (2003), *Today's Youth Travellers: Tomorrow's Global Nomads*. New Horizons in Independent Youth and Student Travel, Amsterdam: International Student Travel Confederation (ISTC).
24. Richards, G. (2023). *Marketing countries, places, and place-associated brands: Identity and image*, by Nicolas Papadopoulos and Mark Cleveland: Cheltenham, UK, Edward Elgar, 2021. *Journal of Urban Affairs*, 45(4), 891–893. <https://doi.org/10.1080/07352166.2022.2107381>
25. Richards, G.: *New Horizons II – The Young Independent Traveller* 2007. Amsterdam, WYSE Travel Confederation, 2007
26. Akhrorova, N. (2023). THE ROLE OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM AND TRAVEL. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 34(34).
27. Understanding millennials' tourism experience: values and meaning to travel as a key for identifying target clusters for youth (sustainable) tourism. Elena Cavagnaro, Simona Staffieri and Albert Postma, *Journal of Tourism Futures*, Vol. 4 Issue: 1, pp.31-42
28. Uktamovna, A. N. (2023). THE FOREIGN COUNTRIES' EXPERIENCE ON TOURISM AND YOUTH POLICY
29. Kim, K., Oh, I-K. & Jogaratnam, G. (2007). College student travel: A revised model of push motives. *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 73–85.
30. Morgan, M. & Xu, F. (2009). Student Travel Experiences: Memories and Dreams. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2), 216-236.