

Xulosa. Yuqoridagi omillar mamlakatimizda ichki va tashqi siyosat borasida mustahkam huquqiy poydevor yaratilganligini, respublikamizning hozirgi kundagi ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy holati bu qonunlarning naqadar hayotiyliigi ko'rsatadi

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Давлатлар ва халқаро ташкилотлар. Тошкент. “Академия”. 2005.
2. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. Давлат илмий нашриёти. 2006. Т. 6.
3. <http://www.mfa.uz>

TALABALAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH

N.S. Ibragimov,
BuxDU professori (DSc),
N.U. Axrorova,

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

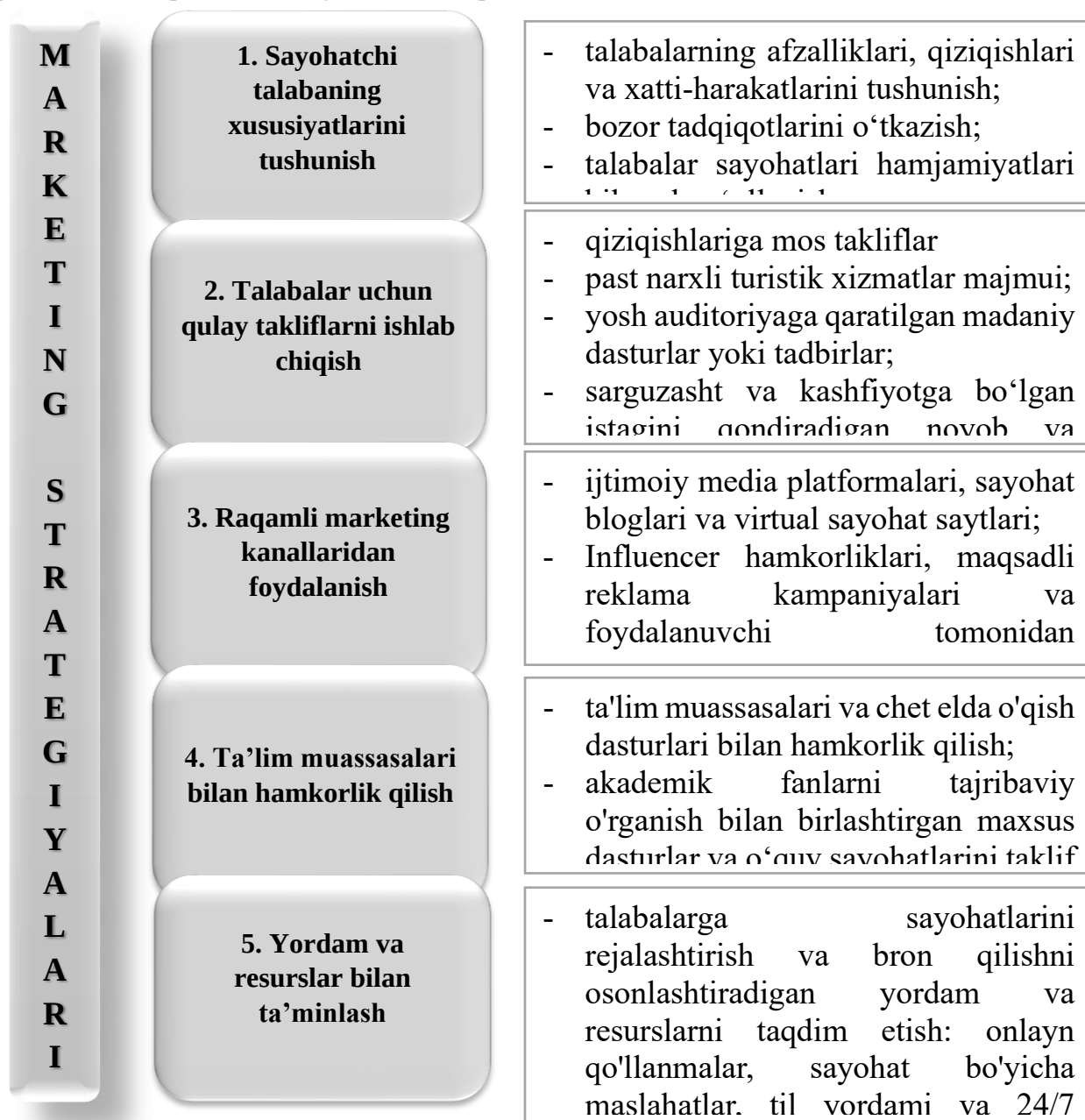
Annotatsiya: Talabalar turizmi sayyohlik sanoatining o'sib borayotgan segmenti bo'lib, yoshlar ko'proq chet elda ta'lim va madaniy tajribalarni izlamoqda. Talaba sayohatchilarni jalb qiladigan va ularga xizmat ko'rsatadigan hududlar daromadli bozorga kirish va sodiq mijozlar bazasini yaratish imkoniyatiga ega. Ushbu maqolada biz talabalar turizmi tendensiyasidan foydalanish uchun maqsadli marketing strategiyalarini ko'rib chiqamiz.

Kalit so'zlar: talabalar turizmi, turistik yo'nalish, marketing, strategiya.

Talabalar turizmi bozorning o'sib borayotgan segmenti bo'lib, u yo'nalishlarga yosh sayohatchilarni jalb qilish uchun noyob imkoniyatni taqdim etadi. Talaba turistlarning ehtiyojlari va afzalliklarini tushunib, destinatsiyalar ushbu muhim demografik holatga mos keladigan maqsadli marketing strategiyalarini ishlab chiqishi zarur bo'ladi. Talaba sayyohlar odatda yosh, kamxarajat qiladigan sayohatchilar bo'lib, ular haqiqiy va hayratlanarli tajribalarni izlaydilar. Ular ko'pincha yangi madaniyatlarni o'rganishga, yangi odamlar bilan tanishishga va turli xil turmush tarzini o'rganishga qiziqishadi. Talaba turistlar borish joyini tanlashda, ehtimol, *arzonligi, xavfsizligi, madaniy diqqatga sazovor joylari, transport imkoniyatlari* kabi omillarni hisobga olishadi.

Talabalar turizmidan foydalanishga qodir bo'lgan turistik destinatsiyalar bir qator imtiyozlarga ega bo'lishi mumkin, jumladan, daromadlarni ko'paytirish, ularning o'quv dasturlari va tadqiqotlarini ilgari surish, talabalarni yollash va saqlab qolish darajasini oshirish, jonli kampus hamjamiyatini yaratish va shu kabilar. Destinatsiyalar

quyidagi rasmda marketing strategiyalarini amalga oshirish orqali talaba sayyohlarni jalb qilishda boshqa destinatsiyalardan raqobatda ustun kelishlari mumkin (1-rasm):



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

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 mahsulotni 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.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Akhrorova, N. (2023). THE ROLE OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM AND TRAVEL. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 34(34).
2. Ibragimov, N. (2021). Methods of determination of tourism brand competitiveness. *Journal of Management Value and Ethics*, 11(1), 83-89.
3. Akhrorova, N. U. (2022). Swot Analysis in Youth Tourism Development Strategies for Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(12), 26-33.
4. Axrorova, N. (2021). The Conceptual Clarifications Of Youth Travel And Tourism In The Case Of Uzbekistan. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
5. Axrorova, N. (2023). Geoaxborot tizimlari orqali sayyohlar harakatlanishini o'rganishda xorij tajribasi (Tasmaniya oroli misolida). *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 33(33).
6. Axrorova, N. (2023). TA'LIM SIFATINI YAXSHILASHDA XALQARO KREDIT MOBILIGINING ROLI. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 33(33).

7. Ibragimov, N. S. (2019). METHODS OF DETERMINATION OF TOURISM BRAND COMPETITIVENESS AND WAYS OF ITS SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *Economics and Innovative Technologies*, 2019(2), 2.
8. Sayfullayeva, M. (2023). Digitalisation And Sustainable Tourism: Enhanced Benefits. *Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz)*, 35(35).
9. Sayfullayeva, M. (2023). Turizmning kelajak trendi: barqaror turizmga ehtiyoj. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 38(38).
10. Sayfullayeva, M. S. (2023). SUSTAINABLE TOURISM ON A GLOBAL EXPERIENCE: LEADER COUNTRIES AND THEIR STRATEGY. *Journal of new century innovations*, 31(1), 108-115.
11. Uktamovna, A. N. (2023). THE DIFFERENCES AND CHARACTERISTICS OF YOUNG TRAVELLERS. *International journal of advanced research in education, technology and management*, 2(5).
12. Uktamovna, A. N. (2023). THE FOREIGN COUNTRIES' EXPERIENCE ON TOURISM AND YOUTH POLICY. *Journal of new century innovations*, 31(1), 125-131.

“BUXORO HAQIQATI (“BUXORONOMA”)” GAZETASIDA BUXORO TARIXI BILAN BOG’LIQ TARIXIY SHAXSLAR FAOLIYATI

A.A.Jo’raboyev,

Buxoro viloyati Qorako’l tumani

44-umumiy o’rta ta’lim maktabining Tarix fani o’qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada Buxoro viloyatining davriy matbuot organi hisoblangan “Buxoronoma” gazetasida Buxorodan yetishib chiqqan tarixiy shaxslar faoliyati haqida so’z boradi.

Kalit so’zlar: Matbuot, gazeta, maqola, qo’lyozma, risola, tarix, tilshunoslik.

Buxoro vohasi tarixini tadqiq qilib o’rganish tarixchilarning doimo diqqat markazida bo’lib kelgan. Tarixiy tadqiqot va izlanishlari natijasida vujudga kelgan ma’lumotlarni qator ilmiy risolalarda, monografiyalarda chop etish bilan birga davriy matbuotda ham nashr etib borganlar. Shunday matbuot nashrlaridan “Buxoro haqiqati (hozirda “Buxoronoma”)” gazetada tarixiy maqolalar barcha davrlarda uzluksizlik bilan atroflicha kengroq qilib yoritib borilgan. “Buxoro haqiqati (hozirda “Buxoronoma”)” gazeta sahifalaridagi tarixiy maqolalarni o’rganish, tahlil qilish jarayonida, biz ularni quyidagi ikki guruhga: rivojlangan o’rta asrlar va so’nggi o’rta asrlar tarixiga voha tarixida muhim o’rin tutib iz qoldirgan shaxslar haqida ma’lumot beruvchi yo’nalishlariga ajratishimiz mumkin.

Buxoro tarixiga oid N. Naimov tomonidan yozilgan “Muhammad Ja’far Narshaxiy” nomli maqolasida Sam’oniy “Kitob ul-ansab” asarida tabarruk