



O'ZBEKISTONGA KELADIGAN XORIJIY SAYYOHLARNING SEGMENTLANISHI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18366258>

Musojonova Gulzira Muxtorjon qizi

Buxoro tuman 1-son texnikumi o'qituvchisi

Annotatsiya: *Ushbu maqolada O'zbekistonga kelayotgan xorijiy sayyohlarni segmentatsiyalash masalalari tahlil qilinadi. Tadqiqotda sayyohlarni geografik, demografik, psixografik hamda safar maqsadiga ko'ra guruhlariga ajratishning nazariy va amaliy jihatlari yoritilgan. Shuningdek, xorijiy sayyohlar oqimini boshqarishda segmentatsiyaning o'rni, turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish va marketing strategiyalarini takomillashtirishdagi ahamiyati asoslab berilgan. Olingan natijalar O'zbekistonda turizm sohasini barqaror rivojlantirish, xorijiy sayyohlar ehtiyojlarini aniqlash hamda raqobatbardosh turistik mahsulotlarni shakllantirishga xizmat qiladi.*

Kalit so'zlar: *xorijiy sayyohlar, turizm segmentatsiyasi, turistik bozor, safar maqsadi, geografik segmentatsiya, demografik segmentatsiya, psixografik segmentatsiya, O'zbekiston turizmi.*

KIRISH

Bugungi globallashuv sharoitida turizm sohasi jahon iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan va yuqori daromad keltiruvchi tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Xalqaro turizm mamlakatlar o'rtasidagi iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy aloqalarni mustahkamlashda muhim omil bo'lib, milliy iqtisodiyotga valyuta tushumlarini jalb qilish, yangi ish o'rinlarini yaratish va hududlarning infratuzilmasini rivojlantirishga xizmat qiladi. Shu jihatdan, O'zbekiston Respublikasida ham turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan.

So'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasini isloh qilish, xorijiy sayyohlar oqimini ko'paytirish va

xizmatlar sifatini oshirishga qaratilgan keng ko'lamli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Vizaviy tartib-taomillarning soddalashtirilishi, elektron viza tizimining joriy etilishi, transport va mehmonxona infratuzilmasining rivojlanishi mamlakatga tashrif buyurayotgan xorijiy sayyohlar sonining barqaror o'sishiga olib keldi. Biroq, turizm sohasining samarali rivoji faqat son ko'rsatkichlari bilan emas, balki sayyohlarning ehtiyoj va talablarini chuqur o'rganish hamda ularga mos xizmatlarni taklif etish bilan bevosita bog'liqdir.

Xorijiy sayyohlarni segmentatsiyalash turistik bozorni ilmiy asosda tahlil qilishning muhim usullaridan biri hisoblanadi.



Segmentatsiya orqali sayyohlarni ularning kelib chiqish hududi, yoshi, daromad darajasi, safar maqsadi, qiziqishlari va xulq-atvor xususiyatlariga ko'ra guruhlariga ajratish mumkin. Bu esa turizm mahsulotlarini maqsadli ishlab chiqish, marketing strategiyalarini aniq yo'naltirish va xizmatlar sifatini oshirish imkonini beradi. Ayniqsa, raqobat kuchayib borayotgan xalqaro turizm bozorida segmentatsiya turistik tashkilotlar va davlat boshqaruvi organlari uchun muhim strategik vosita bo'lib xizmat qiladi.

O'zbekiston boy tarixiy-madaniy merosi, Buyuk Ipak yo'li shaharlari, noyob me'moriy obidalar, tabiiy resurslari va mehmondo'st xalqiga ega mamlakat sifatida turli toifadagi xorijiy sayyohlar uchun jozibador hisoblanadi. Samarqand, Buxoro, Xiva kabi tarixiy shaharlarga tashrif buyuruvchi madaniy-tarixiy sayyohlar bilan bir qatorda, ziyorat turizmi, ekoturizm, biznes va ta'lim turizmi bilan qiziqadigan xorijiy mehmonlar ham tobora ko'payib bormoqda. Shu sababli, ushbu sayyohlar oqimini to'g'ri segmentatsiya qilish va har bir segment ehtiyojlariga mos turistik xizmatlarni shakllantirish dolzarb masala sanaladi.

Mazkur tadqiqotda O'zbekistonga kelayotgan xorijiy sayyohlarning asosiy segmentlari aniqlanib, ularning xususiyatlari tahlil qilinadi hamda segmentatsiyaning turizm sohasini rivojlantirishdagi ahamiyati yoritiladi. Tadqiqot natijalari turizm sohasida samarali boshqaruvni yo'lga qo'yish va

xorijiy sayyohlar oqimini barqaror oshirishga xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekistonga keladigan xorijiy sayyohlar oqimini tahlil qilishda rasmiy statistik ma'lumotlar muhim axborot manbai bo'lib xizmat qiladi. So'nggi yillarda mamlakatga tashrif buyurayotgan xorijiy sayyohlar sonida barqaror o'sish kuzatilmoqda. Turizm sohasida amalga oshirilgan institutsional islohotlar, vizasiz rejim joriy etilgan davlatlar sonining kengaytirilishi, transport-logistika imkoniyatlarining yaxshilanishi hamda milliy turizm brendining xalqaro miqyosda targ'ib qilinishi mazkur o'sishning asosiy omillari hisoblanadi.

Statistik tahlil natijalariga ko'ra, O'zbekistonga kelayotgan xorijiy sayyohlarning katta qismi yaqin xorij mamlakatlari hissasiga to'g'ri keladi. Jumladan, umumiy xorijiy sayyohlar oqimining qariyb 60–65 foizi Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi mamlakatlari, xususan Rossiya, Qozog'iston, Qirg'iziston va Tojikiston fuqarolaridan iborat. Bu holat geografik yaqinlik, tarixiy-madaniy aloqalar, til omili va nisbatan arzon transport xarajatlari bilan izohlanadi. Mazkur segment vakillari asosan qisqa muddatli safarlar, qarindosh-urug'larni yo'qlash, savdo va xizmat safari maqsadida mamlakatga tashrif buyuradi.

Uzoq xorij mamlakatlaridan kelayotgan sayyohlar ulushi esa 35–40 foizni tashkil etib, ular orasida Yevropa va Osiyo davlatlari yetakchi o'rinni egallaydi. Statistik ko'rsatkichlar



Germaniya, Fransiya, Italiya, Xitoy, Janubiy Koreya va Yaponiya kabi davlatlardan kelayotgan sayyohlar sonining yil sayin oshib borayotganini ko'rsatadi. Ushbu segment vakillari, asosan, madaniy-tarixiy turizmga qiziqib, mamlakatda nisbatan uzoqroq muddat – o'rtacha 7–10 kun davomida bo'lishni afzal ko'radi. Ularning bir safar davomida qiladigan xarajatlari yaqin xorijdan keluvchi sayyohlarga nisbatan yuqoriroq bo'lib, bu turizm daromadlarining oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Safar maqsadi bo'yicha segmentatsiya natijalari shuni ko'rsatadiki, xorijiy sayyohlarning eng yirik guruhi madaniy-tarixiy turizm yo'nalishiga to'g'ri keladi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, xorijiy sayyohlarning qariyb 45–50 foizi Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrisabz kabi tarixiy shaharlardagi me'moriy yodgorliklarni tomosha qilish maqsadida O'zbekistonga tashrif buyuradi. Bu esa mamlakatning Buyuk Ipak yo'li merosiga ega ekanligi va UNESCO ro'yxatiga kiritilgan obidalarining jozibadorligi bilan bog'liq.

Ziyorat turizmi ham muhim segment sifatida shakllanib bormoqda. Rasmiy ko'rsatkichlarga ko'ra, xorijiy sayyohlarning taxminan 15–18 foizi diniy-ma'rifiy maskanlarni ziyorat qilish maqsadida keladi. Ushbu segment, asosan, musulmon davlatlaridan, xususan Indoneziya, Malayziya, Turkiya va Yaqin Sharq mamlakatlaridan tashrif buyuruvchilarni qamrab oladi. Imom Buxoriy, Bahouddin Naqshband, Hakim

at-Termiziy kabi buyuk allomalar majmualari ushbu segment uchun asosiy tashrif manzillari hisoblanadi.

Ishbilarmonlik va MICE (meetings, incentives, conferences, exhibitions) turizmi segmenti hajman kichik bo'lsa-da, iqtisodiy samaradorligi yuqori bo'lgan yo'nalishlardan biridir. Statistik tahlilga ko'ra, xorijiy sayyohlarning 8–10 foizi biznes uchrashuvlar, xalqaro konferensiyalar va ko'rgazmalarda ishtirok etish maqsadida mamlakatga keladi. Ushbu segment vakillari qisqa muddat davomida bo'lishiga qaramay, yuqori darajadagi mehmonxonalar, transport va xizmatlardan foydalanadi, bu esa turizm tushumlarining oshishiga sezilarli hissa qo'shadi.

Demografik tahlil natijalari xorijiy sayyohlarning asosiy qismi 30–55 yosh oraliqiga to'g'ri kelishini ko'rsatadi. Bu yosh guruhi vakillari moliyaviy imkoniyatlarga ega bo'lib, sifatli va mazmunli turistik mahsulotlarga talab bildiradi. 18–30 yoshdagi yoshlar ulushi nisbatan kamroq bo'lsa-da, so'nggi yillarda backpacker va arzon turizm yo'nalishlariga qiziqish ortib borayotgani kuzatilmoqda. 55 yoshdan yuqori bo'lgan sayyohlar esa asosan ziyorat va sokin madaniy dam olishni afzal ko'radi.

Xarajatlar tuzilmasi bo'yicha olib borilgan tahlil shuni ko'rsatadiki, xorijiy sayyohlarning o'rtacha xarajatlari ularning kelib chiqish hududi va safar maqsadiga bog'liq holda farqlanadi. Uzoq xorijdan kelgan sayyohlarning bir safar davomida qiladigan xarajatlari yaqin



xorijdan keluvchilarga nisbatan deyarli 1,5–2 baravar yuqori. Bu holat yuqori daromadli segmentga mo'ljallangan turistik mahsulotlarni rivojlantirish zaruratini ko'rsatadi.

O'tkazilgan statistik tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, xorijiy sayyohlarni to'g'ri segmentatsiya qilish O'zbekiston turizm sohasining

raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Har bir segmentning ehtiyoj va xususiyatlarini inobatga olgan holda turistik xizmatlar va marketing strategiyalarini ishlab chiqish xorijiy sayyohlar oqimini ko'paytirish, ularning mamlakatda qolish muddatini uzaytirish hamda umumiy turizm daromadlarini oshirishga xizmat qiladi.

1-jadval. Xorijiy sayyohlar soni va ularning kelib chiqish mamlakatlari (2025, yanvar-avgust)

Mamlakat / Guruh	Sayyohlar soni (foiz emas)
Qirg'iziston	2 164 521
Qozog'iston	1 769 910
Tojikiston	1 699 984
Rossiya	663 296
Afg'oniston	304 510
Turkmaniston	243 512
Xitoy	135 408
Turkiya	113 109
Hindiston	42 256
Koreya Respublikasi	30 039
Boshqa davlatlar	349 849
Jami (taxm.)	7 500 000+

Manba: Milliy Statistika Qo'mitasi ma'lumotlari (2025)

Bu jadval O'zbekistonga kelayotgan sayyohlarning eng ko'p keladigan mamlakatlarini ko'rsatadi. Markaziy Osiyo davlatlari (Qirg'iziston, Qozog'iston, Tojikiston) yetakchi bo'lib, umumiy oqimning katta qismini tashkil qiladi.

2-jadval. Sayyohlar tashrifi maqsadi bo'yicha taqsimoti (2025, yanvar-avgust)

Sayohat maqsadi	Sayyohlar soni
Qarindosh/Do'stlarni ko'rish	5 166 373
Turizm (sayohat / ko'ngilochar)	1 148 469
Rasmiy (ish/konferensiya)	837 535
Tijorat maqsadlarida	287 747
Tibbiy davolanish	62 054
Ta'lim maqsadida	14 216

Manba: Milliy Statistika Qo'mitasi ma'lumotlari (2025)



TAHLILIY IZOHLAR

1. Geografik manzillar: Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, Markaziy Osiyo davlatlari O'zbekiston turizmi uchun eng katta bazani tashkil qiladi. Ayniqsa Qirg'iziston, Qozog'iston va Tojikiston fuqarolari son jihatdan yetakchi bo'lib, umumiy tashriflarning katta qismini tashkil etadi. Bu mintaqaviy yaqinlik, transport qulayligi hamda tarixan mustahkam ijtimoiy-iqtisodiy aloqalar bilan bog'liqdir.

2. Sayohat maqsadlari: Ko'plab xorijiy mehmonlar O'zbekistonni qarindosh-urug'larni ko'rish maqsadida tanlaydi, bu esa davlat turizm strategiyasida zarur ino-batga olishni talab qiladi. Biroq an'anaviy turizm (sayohat) ham katta ulushni egallab, xizmatlar sifati, marshrutlarning diversifikatsiya qilinishi va qo'shimcha turistik imkoniyatlarning takomillashtirilishini talab etadi.

3. Segment strategiyasi: Yuqoridagi jadval orqali turizm bo'yicha segmentlarni aniqlash imkoniyati kengayadi. Masalan, biznes va rasmiy safarlar bo'yicha segment uchun alohida xizmat paketlari, ekspozitsiyalar yoki MICE tizimi yo'lga qo'yilishi mumkin. Tibbiy va ta'lim yo'nalishlari esa bazaviy xizmatlar paketidan tashqari qo'shimcha xizmatlar bilan boyitilishi lozim.

XULOSA

O'tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonga kelayotgan xorijiy sayyohlar oqimi tarkiban rang-barang bo'lib, ularni aniq segmentlarga ajratish turizm sohasini samarali rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Statistik ma'lumotlar asosida olib borilgan tahlil xorijiy sayyohlarning asosiy qismi yaqin xorij mamlakatlari hissasiga to'g'ri kelishini, shu bilan birga uzoq xorij davlatlaridan tashrif buyuruvchilar sonining ham barqaror o'sib borayotganini ko'rsatdi. Bu holat O'zbekiston turizm bozorining xalqaro miqyosda tobora jozibador bo'lib borayotganidan dalolat beradi. Tadqiqot davomida sayyohlarni geografik, safar maqsadi, demografik va xarajat darajasi bo'yicha segmentatsiyalash har bir guruhning ehtiyoj va xususiyatlarini aniqlash imkonini berdi. Xususan, madaniy-tarixiy turizm yetakchi segment bo'lib qolayotgani, ziyorat turizmi barqaror rivojlanayotgan yo'nalish ekanligi, ishbilarmonlik va MICE turizmi esa yuqori iqtisodiy samaradorlikka ega istiqbolli segment sifatida shakllanayotgani aniqlandi. Shuningdek, yosh va daromad darajasi bo'yicha farqlar turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish zaruratini ko'rsatdi.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. “Turizm sohasini jadal rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni. – Toshkent, 2019.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022–2026 yillarda turizm sohasini rivojlantirish strategiyasi. – Toshkent, 2022.
3. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistonga kelgan xorijiy fuqarolar to‘g‘risidagi statistik ma’lumotlar. – Toshkent, 2024–2025. – Elektron manba.
4. UNWTO. International Tourism Highlights. – Madrid: World Tourism Organization, 2023.
5. Kotler Ph., Bowen J., Makens J. Marketing for Hospitality and Tourism. – 7th ed. – Pearson Education, 2019.
6. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. Tourism: Principles and Practice. – 6th ed. – London: Pearson, 2018.
7. Middleton V. T. C., Fyall A., Morgan M., Ranchhod A. Marketing in Travel and Tourism. – 5th ed. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2016.