

# PEDAGOGIK MAHORAT

*ilmiy-nazariy va metodik jurnal*

**№ 3  
2016**



## MUNDARIJA-SODERZHANIE-CONTENTS

<b>PEDAGOGIKA VA PSIXOLOGIYA</b>	
M. Axmedjanov. Bag'rikenglik – jamiyat barqarorligi garovi.....	8
M.Xalloqova. Umumiy o'rta ta'lim maktab o'quvchilarida bunyodkorlik faoliyatini shakllantirishda mahalla bilan oila hamkorligining o'rni.....	11
N.Azimova. Tibbiyot institutlarida o'qitiladigan "Pedagogik mahorat" fanining metodologik asoslari.....	14
H.Qodirov. Yoshlar faolligini oshirishda vatanparvarlik tarbiyasining ijtimoiy-pedagogik omillari.....	17
D.Davronova. Oilada yoshlar g'oyaviy-siyosiy madaniyatini shakllantirish.....	21
A.Kostrigin. Maktabgacha ta'lim muassasalari mudiralari shaxsiy qadriyatlari va maktabgacha yoshdagi bolaning ideal obrazi.....	25
L.Chuprov, A.Shukin. Yuqori sinf o'quvchilarining ongli kasb tanlashlariga psixologik-pedagogik o'qitish.....	36
M.Timenco. Angliya maktablarida o'quvchilarni kasbga yo'naltiruvchi ishlarni tashkil etish.....	40
M.Oripov, P.Hoshimov. Buyuk Britaniya ta'lim tizimining shakllanishi va rivojlanishi.....	44
O. Haydarov. O'quvchilarni kasb-hunarga yo'naltirishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining zaruriyati va ahamiyati.....	49
T. Shoymardonov. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining oliy ta'lim tizimi pedagog kadrlari faoliyati monitoringini olib borishdagi o'rni.....	53
A.Nazarov. Mahallaga psixologik xizmat ko'rsatishning istiqbollari (oilal instituti misolida).....	60
U.Ro'ziyev. Talabalarda pedagogik qobiliyatlarni shakllantirishning ijtimoiy-psixologik xususiyatlari.....	66
I. Siddiqov, A.G'ulomov. Shaxs ma'naviy ongi tizimida intellekt va tafakkurning o'rni: falsafiy-psixologik tahlil.....	69
O.Qodirov. O'smir (11-15 yosh) yoshlarni tarbiyalash jarayonida o'zbek xalq maqollaridan foydalanishning psixokorreksion ahamiyati.....	73
Z. Elov. Suisidal holatning psixologik omillari (Ichki ishlar idoralari xodimlari misolida).....	77
M. Sodiqov. Psixolingvistika nutqiy tafakkur faoliyati va kommunikatsiya jarayonida.....	83
X.Rajabova, D.Safarov, K.Astanaqulov. Pedagogik jamoa boshqaruvida ijodiy muhit yaratishning psixologik jihatlari.....	87
G.Ro'ziyeva, L. Qorayeva. Farzandlarimiz milliy xarakterini shakllantirishda xalq og'zaki ijodining o'rni.....	92
G. Izbullayeva. Jaloliddin Rumiyning ma'naviy merosidan foydalanish texnologiyasi.....	95
<b>BOSHLANG'ICH TA'LIM</b>	
F.Qosimov. Boshlang'ich sinf matematika darslarida ekologiyaga oid masalalarni yechishga o'rgatish muammosi.....	100
Y.Azimov, R.Qo'ldoshev. Husnixat darslarida axborot-kommunikatsion texnologiyalardan foydalanish.....	104
<b>IJTIMOYIY-GUMANITAR TA'LIM</b>	
G.Yunusova. Inson – eng oliy qadriyat.....	108
G. Kazimova. XXI asr va jamiyat taraqqiyoti haqidagi istiqbollar.....	111
Sh. Hayitov. Diniy ulamolar va islomiy ilm donishmandlari (muhojir o'zbeklar hayotidan lavhalar).....	116
S. Raupov. Konstitutsiya – buyuk kelajagimizning huquqiy poydevori.....	119
M. Qurbonova. Ixtisoslashtirilgan maktabda etnografiya fanidan ijodiy mashg'ulot darsi.....	125
<b>TIL VA ADABIYOT</b>	
O.Fayzullayev. Lingvokulturema va konseptlarda mukammallashgan milliy madaniyat.....	128
K.Riskulova. Bo'lajak ingliz tili mutaxassislari sotsiolingvistik kompetensiyasining shakllanish tamoyillari.....	133
D. Islamov. O'quv hamkorligining pedagogik jihatlari.....	137
T.Xusyainov, A.Dudar, O.Dudar. Amaliy til tajribasi maktab o'quvchilarida chet tili kompetensiyasini shakllantirish metodi sifatida.....	142
Z. Rasulov. Globallashuv davrida vebinar texnologiyalarini ta'lim jarayoniga tatbiq qilish muammolari.....	147
H.Yusupova. The role of stories and storytelling in language teaching.....	151
B.Qodirova. Badiiy matndagi rang bildiruvchi leksemalarning lingvo-kulturologik xususiyatlari.....	155
<b>INFORMATIKA VA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI</b>	
A.Ergashev. Bo'lajak informatika o'qituvchisini dasturlashtirishga o'rgatish.....	161
<b>IQTISODIY TA'LIM</b>	
N.Ibragimov. Buxoro sayohatgohi raqobatbardoshligini oshirishning destinatsion marketing yondashuvi.....	165
H.Hamroyev. Psixologik xarakterdagi ehtiyojlar va turizm.....	170
<b>TABRIK VA E'LONLAR</b>	
"Pedagogik mahorat" jurnali 15 yoshda.....	175

Muharrirlar: **Rano ZARIPOVA, Firuz SAFAROV.**  
Musahhih: **Muxiddin BAFAYEV.**



**Ҳалим ҲАМРОЕВ**

Бухоро давлат университети  
Туризм кафедраси доценти, иқтисод фанлари номзоди.

## **ПСИХОЛОГИК ХАРАКТЕРДАГИ ЭҲТИЁЖЛАР ВА ТУРИЗМ**

*Мақолада инсон эҳтиёжларининг айрим жиҳатлари, туристик эҳтиёжлар шаклланиш жараёни, асосан, уларнинг инсон психологияси билан ўзаро алоқадорлиги ҳамда туристик эҳтиёжларни ривожлантириш учун мутахассис-психологнинг туристик таклифларни шакллантиришидаги роли тадқиқ этилган.*

**Таянч сўзлар:** эҳтиёж, психологик эҳтиёж, жамоат эҳтиёжи, туристик талаб, туристик таклиф.

*В статье исследованы некоторые аспекты человеческих потребностей, процесс формирования туристического спроса, особенно их взаимосвязь с психологией человека, роль специалиста – психолога при формировании туристических предложений и для развития туристического спроса.*

**Ключевые слова:** потребность, психологическая потребность, общественная потребность, туристический спрос, туристическое предложение.

*The article examines some aspects of human needs, the process of forming the tourist demand, especially their relationship with human psychology, the role of the expert - psychologist at the formation of the tourist offer and to the development of the tourist demand.*

**Key words:** need, psychological need, social need, tourist demand, tourist offer.

Ҳар қандай одам ўз ҳаёти давомида қандайдир у ёки бу нарсага эҳтиёж сезади. Бу бирламчи эҳтиёж ўзининг физиологик табиатига кўра, одатда туғма ҳисобланади. Бу – овқатга, сувга, нафас олишга, уйқуга, жинсий алоқага эҳтиёждир. Улардан фарқли равишда иккиламчи эҳтиёж психологик характерга эгадир. Агар атрофдагилар унинг хизматларини, истеъдодини ёки жамоа аъзоси сифатида ҳуқуқини тан олмаса киши куйнади. Бирламчи эҳтиёж генетик жиҳатдан қонда бор, иккиламчиси эса тажриба орқали намоён бўлади.

Одамлар ҳеч қачон бир хилда тажрибага эга бўлишмайди. Шу жиҳатдан иккиламчи эҳтиёж кўп даражада биринчисига нисбатан яққол фарқланади. Эҳтиёжни бевосита кўриб ёки ўлчаб бўлмайди. Унинг мавжудлигини одамлар хулқи-атворида қарабгина билиш мумкин. Психологлар одамларни кузата туриб, эҳтиёж ҳаракат мотивлари бўлиб хизмат қилади, деган хулосага келганлар. Агар нимадир етишмаслиги кучли сезилса, одамда интилувчанлик ҳиссиёти уйғонади. Бу бўлажак хулқий эҳтиёж мақсадга эришишига бутун диққат-эътиборни сафарбар этади. Бу ҳолда мақсад ҳеч нарса эмас, заруратни қондириш воситаси холос, деб тушунилади. Кўйилган мақсадга эришилганда эса эҳтиёж тўлиқ ёки қисман қондирилган, ё қондирилмаган бўлади.

Мақсадга эришиш чоғида олинган қониқиш даражаси шундай ўхшаш вазиятларда киши хулқига таъсир этади. Янаги сафар у хулқ модели бўйича ҳаракат қилади, ижобий натижаларга таянади, салбий тажрибаларни такрорламасликка интилади. Шахс хулқи фақат эҳтиёж билангина аниқланмайди. Балки у умидворлик ва қабул қилишга ҳам боғлиқ бўлади.

Мотив (сабаб) ва рағбатланиш психологик далил ёки баҳона назариясида асосий тушунчалар моҳиятини ташкил қилади. Бу соҳада илмий қарашлар ярим асрдан кўпроқ олдин шакллана бошлади. Аммо “Одамларни ҳаракат қилишга нима мажбур этади?”, “Улар ўз куч ва имкониятларини кўзланган мақсад сари қандай йўналтиришади ва тақсимлашади?” деган бош саволларга ҳозиргача ягона қатъий жавоб олингани йўқ. Психологлар шахс фаолияти сабабларини тушунтирувчи қатор назариялар ишлаб чиққан. Улардан энг машҳурлари Зигмунд Фрейд ва Абрахам Маслоу назарияларидир. Улар истеъмолич хулқ-атворини ўрганишга мут-лақо турли

томонлардан ёндашган. Уларнинг назарияларидан туристик бозорни тадқиқ этишда фойдаланиш мумкин.

Австралиялик психиатр – врач ва психолог, психоанализ асосчиси З. Фрейд (1856–1939) одамлар уларнинг хулқи – атворида шаклланган психологик кучларнинг ҳақиқий моҳиятини тушунмайдилар, деб ҳисоблаган. Бу ҳиссиётлар тушларда, турли-туман гап-сўзларда, шунингдек, руҳият ва асаб бузилишларида намоён бўлади. З. Фрейд издошлари истеъмолчиларнинг бозорга бўлган хулқ-атвори мотивларида жуда кўп яширин далиллар ва қизиқарли ҳолатларни тўплашган. Мисол, баъзи одамлар олхўри қоқисини сотиб олишмайди. Чунки у қора ва буришган бўлганлиги сабабли, улар кексалик ва касалликни эслатади. Истеъмолчилар далил ва баҳоналарини тадқиқ қилиш бундай қутилмаган натижаларга олиб келишига қарамай, улар миждозлар хулқ-атвори хусусиятларини ўрганувчи мутахассисларга қўл келиши мумкин [2,112].

Америкалик психолог-файласуф, Брэндон университети психология профессори А.Маслоу (1908-1968) ҳам нима учун конкрет эҳтиёж кишини маълум вақтда ҳаракат қилишга мажбур этишини тушунтиришга уринди. Унинг фикрича, инсон эҳтиёжи қандайдир тартибли тизимда паст, энг оддий, ибтидоий эҳтиёждан юқори, мураккаброқ ташкил этилган.

Йигирманчи асрнинг иккинчи ярмидаги илмий-техника инқилоби туфайли меҳнат характери ўзгариши билан дам олиш муаммоси ҳам янгича кўринишда намоён бўлаётир. Эндиликда ишчанлик қобилиятининг ўсиши ҳаётий кучни тезкор тиклашни талаб қилади. Чарчоқни ёзишнинг маълум усулларида энг яхшиси меҳнат ҳолати ва характерини ўзгартириш ҳисобланади. Чарчоқни ёзиш ва зўриқишни бартараф этишда унга ақлий фаолият ва қизиқишни кўшиш дам олиш самарадорлигини ошириб, кучни тиклаш жараёнини тезлаштиради, деб ҳисобланади. Агар киши вақтинча доимий яшаш жойини тарк этса, у максимал натижага эришади. Ривожланган мамлакатлардаги айрим туристик компаниялар бу ҳолатни ҳисобга олиб, туристик маҳсулотлари рекламасини кундалик ташвишларга қарши қўядилар.

А. Маслоу фикрича, физиологик эҳтиёжни меъёрида қондириш кишида ўзини сақлаш эҳтиёжни фаоллаштиради. Туризм соҳасида булар кўп жиҳатдан туристик сафарлар географиясини белгилайди. Сафарларга талаб ижтимоий-сиёсий вазият барқарор бўлган ҳудудларда жуда юқори кузатилади [2,114].

А. Маслоу зинапояли пирамидаларнинг учинчи поғонасидан бошлаб энди базавий (туғма) эҳтиёжни эмас, балки иккиламчи ёки ўзлаштирилган эҳтиёжни қараб чиқади. Уларнинг руйхати ижтимоий, баъзан дахлдор эҳтиёжлар деб аталган эҳтиёжларни очади. Уларнинг иккинчи номи мазкур гуруҳ эҳтиёжлари моҳиятини аниқ ифодалайди. Улар маълум гуруҳ одамларга тааллуқли интилишларда, ижтимоий ўзаро ҳаракатда, бири-бирига боғлиқ ҳолда қўллаб-қувватланишда намоён бўлади.

Ижтимоий эҳтиёж ассоциацияларга кириш, турли иттифоқларда қатнашиш, клубларга аъзо бўлиш, дўстона муносабатлар ўрнатиш ва х.к.лар йўли билан қондирилади. Байрамларда ва мулоқотларда, қарашлар ва тушунишлар, суҳбат ва фикр алмашишга интилиш одамларга хос хислатлардир. Туризм ана шу эҳтиёжларни қондиришга имкон беради. Бошқа тур маданий алоқалар қаторида у дўстона муносабатларни, халқлар ўртасидаги ҳамкорликни ривожлантириш ва ўзаро ишончни мустаҳкамлашга муҳим ҳисса қўшади.

Миллий туристик маъмуриятлар мамлакатни туристик манзилгоҳ сифатида жозибadorлигини яратишда инсоннинг ижтимоий эҳтиёжига таянади.

Ижтимоий эҳтиёж моҳиятан инсоннинг яшаш шакли бўлиб кўзга ташланади: жамиятда яшаб туриб, ундан озод бўлиш мумкин эмас. Эҳтиёжга ҳурмат билан қараш – шахсий ютуқларда, муомалада, ўзлигини англашда, атрофдагиларнинг тан олиши бу бошқа гап. Афсуски, ҳурмат қозонишга ҳамма вақт ҳам муваффақ бўлинавермайди. Бу гуруҳлар эҳтиёжини қондириш кишининг жамиятдаги ўрнига боғлиқ бўлади. Одамлар ўзлари мансуб ижтимоий барқарорликка хос гуруҳларда, хулқ-атвори ва қизиқишлари, кадриятлар тўғрисида тушунчаларига мувофиқ ҳаракатланишади. Улар юқори жамоатчилик мақоми сари интиладилар. Туризм эса мулкый баҳоси ва нуфузи индикатори сифатида маълум қатламга дахлдор ўзига хос рамз кўринишда бу хоҳиш-истакни ҳеч бўлмаганда дам олишда руёбга чиқаради.

Кишилар сарф-харажатлар билан ҳайрон қолдириб, нуфузли сафарларни сотиб олишади, уларнинг бунга имкониятлари бор. XIX асрда буржуазия ҳар қандай йўл билан ўзини кўрса-

тишга уринганида худди шундай бўлганди. Бу ҳодиса бизнинг давримизда ҳам кузатиляпти. “Ўзини кўз-кўз қилувчи”лар маблағларини катта харидларга сарфлашяпти ёки бутун жаҳонга машҳур курортлар (БААда, Багам оролларида, Франциядаги Лазур қирғоқлари ва бошқ.)да қароргоҳлар қуриш учун жой сотиб олишмоқда. Дам олиш соҳаси индивидларга кенг эркин танлаш имконини берапти.

Эҳтиёжнинг қондирилиши шахснинг ҳар томонлама тўлақонли шаклланишига ёрдам беради. Туризм бу гуруҳ эҳтиёжларини қондиришда чексиз имкониятлар яратади. У кишиларнинг ҳаётий дунёқараш уфқларини кенгайтиради. Бошқа мамлакат одамлари билан мулоқот чегараларини очади. Кўпгина туристик корхоналар ва муассасалар ўз фаолиятларида эҳтиёжни қондириш ва ўзликни англашга эътиборни қаратади.

Сайёҳларнинг жаҳон цивилизацияси дурдоналари билан танишиши, ўзи учун бошқа миллат қадриятлари ва анъаналарини кашф этиш, табиий атроф-муҳит гўзаллигидан баҳра олиш инсон қалби ва салоҳиятини бойитади. Сафар чоғида олинган таассуротлар ва билимни одамлар ўзининг хилма-хил фаолиятида қўллайди. Инсон ҳамиша онгли равишда бўлмаса-да, туризмда шахс сифатида ўзини очиш, қизиқишларини қондириш усулларини топади.

А. Маслоу эҳтиёж сабаблар назарияси кўпгина ривожланган давлатлар тадқиқотчилари ишларида ривожлантирилади. Улардан айримлари уни дам олиш соҳасига мослаштиришга интилдилар. Англиялик рекреолог П. Пирс, А. Маслоу пирамидасига ўхшашлик бўйича рекреацион эҳтиёжнинг беш даражасини ажратади.

П. Пирсга мувофиқ рекреантнинг хулқ-атвори туристик тажрибанинг тўпланиши чоғида ўзгаришга юз тутаяди. Уларни янада кўпроқ юксакроқ поғоналик даражаси эҳтиёжни ҳаракатлантиради.

А. Маслоу ва П. Пирс мотивация назариялари амалий қўлланишини топмоқда. Улар бозорни сегментлаш учун асос бўлади ва туристик компанияларга маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишда, туристлар типологиясини белгилашда фойдаланиш учун хизмат қилади [1,117].

Эҳтиёжни қондириш туристик талабни келтириб чиқаради, у эса кўп нарсага боғлиқ бўлади. Жумладан, унинг мавсумий ўзгариб туриши, табиий-иқлим, иқтисодий, ижтимоий, психологик каби турли омиллари таъсири билан изоҳланади. Туристик фаолликнинг юқори чўққиси ва пасайиши кўпчилик сайёҳларнинг консерватизми билан изоҳланади. Одамларда таътилни ўтказиш учун ёз энг маъқул вақт деган тушунча мустаҳкам ўрнашиб қолган. Бундан ташқари, кўпгина ота-оналар ёзги дам олишни болалари билан бирга таътилни ўтказиш мақсадида таътил муддатларини орқага сурадилар. Туристик сафарларга ёзги талаб даражаси-нинг юқорилиги ривожланган давлатларда яна корхоналарни июль - августда таъмирлаш учун тўхталиши билан боғлиқ. Чунки шу ойларда меҳнат унумдорлиги энг паст даражага тушиб кетади.

Мавсумийлик муаммоси аввалгидек муҳимлигича қолаётган бўлсада, туристик талаб кейинги пайтларда кўпроқ бир текис тақсимлана бошлади. Бугунги кунда туристик сафарлар бутун йил давомида амалга ошириляпти. Йигирманчи асрнинг саксонинчи йилларида туристик талабларда янги тенденциялар пайдо бўлди. Улар бир қатор демографик, иқтисодий ва ижтимоий тартиб, шунингдек, замонавий одамнинг психологиясидаги ўзгаришлар каби омил-лар билан боғлангандир. Туристик талаб катталиги ва характериға жамиятнинг демографик таркибидаги ўзгаришлар ва янги ривожланаётган индустриал мамлакатларда, аҳоли ижтимоий модели катта таъсир ўтказмоқда. Улар қуйидагиларға олиб келади: аҳолининг кексайиши, нисбатан кечроқ никоҳға кириш, ёлғиз одамлар улушининг ошиши, ишловчи хотин-қизлар сонининг кўпайиши, туғишнинг орқага сурилиши, фарзандсиз оилалар сонини орта бориши ва ҳ.к.

Ҳозирги вақтда ривожланган мамлакатларда жамият ёш таркиби ўзида “**демографик кўзикорин**”ни эслатади. Ўртача умр узайиши ва туғилиш даражасининг пасайиши, катта ёшдаги шахслар улушининг юқори бўлишиға олиб келди [1,125,].

Туризмға дахлдор бошқа ўзгаришларда жамоат меҳнат соҳасига хотин-қизларни кенг жалб этилишини кўрсатиш мумкин. Жаҳон бўйича барча худудларда турли ишларға банд хотин-қизлар сони ортиб борапти. Уларнинг кўпчилиги ўз мавқеини қўтаришға интилади: омадли тадбиркорға айланади, давлат ва тижорий структураларда раҳбарлик лавозимларини эгаллайди.

Ҳозирги замон жамиятида хотин-қизларнинг роли ошиши билан бир вақтда уларнинг онгида туб ўзгаришлар рўй берапти. Улар кеч никоҳға киришяпти, бола туғишни орқага суриш-моқда.

Хотин-қизлар моддий мустақиллик, оиласи эса қўшимча даромад оляпти, унинг бир қисмини саёхатларга йўналтирмақдалар.

Ўзгаришлар оила таркибини ҳам четлаб ўтмади. Ёлғиз одамлар ва фарзандсиз жуфтликлар сони кўпаймоқда. Йирик шаҳарлар ва агломерацияларда «ёлғиз»лар бутун аҳолининг ярмини ташкил этади. Моддий мустақилликка эга бўлган бу одамлар ўзларини оила ташвишлари ва ишларидан халос бўлишларини истадилар. Бу типдаги истеъмолчилар юқори даражада маълумотлилиги билан ажралиб туради. Касбий ўсишга интилишади, етарли даражада сафарбар ва сифатли ҳаёт ҳамда шинамлиқ даражасига бозорнинг истиқболли мақсадли гуруҳи сифатида қараб келарди.

Демографик муҳитда кечаётган жараёнлар туризм бозорида икки тенденция ҳақида гапириш имконини беради. Улардан бири – туристик хизматлар потенциал истеъмолчилари доирасининг кенгаяётганлигидир. Туристлик ҳаракатдаги бу янги категория шахсларда саёхат қилишга истак ва имконият пайдо бўлади. БМТ нинг 2020 йилларга оид прогнозлари бўйича ер юзи аҳолисининг 7 % хорижий сафарларни амалга оширадидилар. Бу улуш мунтазам ўсаяпти, аммо ҳозирча жуда камтарона ҳолича қоляпти. Айниқса, Африкада, Жанубий Осиё ва Яқин Шарқда бу халқаро туризм потенциали катталигидан далолат беради.

Иккинчи тенденция – саёхат қилувчи шахсларнинг кексайиши, яъни ташриф буюрувчилар таркибида кекса шахслар салмоғининг кўпайишидир. Бу жаҳоннинг ривожланган мамлакатларида умумий демографик вазият ва уларда пенсия ёшининг пасайтирилиши билан боғлиқ ҳолда юзага келяпти. Кўпчилик ривожланган давлатларда у нисбатан юқори бўлмаган даражада – 60-65 ёш қилиб белгилянапти. Аммо кейинги жаҳон иқтисодий инқирозларида оғир молиявий аҳволга тушиб қолган айрим корхоналар ҳақли дам олишга нафақат 60 ёшдагиларни, балки пенсия ёшига яқин қолганларни ҳам жўната бошладилар.

Ҳозирги замон ёши ўтган кишилар туристик талаблари уларнинг 20, ҳатто 10 йиллар аввалги тенгдошлариникидан кескин фарқ қилади. Улар шу ёшда бўлган ота-оналарига қараганда ҳаракатчанроқдир. Бу одамларда сайру саёхатларга мойиллик улар нафақага чиқмас-ларидан анча олдин шаклланган.

Ҳозирги даврда кекса туристлар тажрибали ва юксак дидли саёхатчилар, туризм улар учун нафақат кундалиқ ҳаёт ташвишларидан халос бўлиш воситаси, балки оламини билиш, унинг динамикаси ва кўпқирралигини белгиловчи омилга айланган. Ҳаётга қизиқишлари сўнмаган одамлар кўпинча қалтис саргузаштлар қидириб сафарларга отланадилар: Альп тоғларида чанғида учадилар, Колорадо каби асов дарёларда сузадилар. Саҳрои Кабирни кезиб чиқадилар. Улар турли туристик ташкилотлар ва фирмалар хизматларидан фойдаланиб гуруҳ бўлиб сафарларга чиқишини маъқул кўрадидилар.

Шуни таъкидлаш жоизки, кекса, жисмоний заиф кишилар ҳам четда қолишмайди. Улар ҳам ўз имкониятлари қатъий чекланганига қарамасдан, саёхат қилишни ва янги таассуротлар олишни иташади. Аҳолининг бу тоифасидагилар учун дам олиш «тўртинчи ёшдагилар» учун дастури доирасида ташкил этилади. Уни амалга ошириш билан махсус ташкилот – нафақа клублар ва ассоциациялар, жумладан, Даниядаги «Дайнэдж Ассоциэшн», Нидерландиядаги «Сенье Ваканти План» ёки Швециядаги «Свериджес Пенсионерсфорбинд» каби туристик компаниялар шуғулланишади.

Туристлик эҳтиёжларнинг мураккаблашуви туризмни бундан кейин диверсификация бўлишига олиб келади. Дам олиш доирасидаги саёхатлар ва кўнгил очишлар онгли равишда юқори суръатларда ривожланади. Улар спорт, саргузашт, кишлоқ туризми, кема саёхатлари ва уларнинг ҳамма имкониятлари билан қўшилиб кетади. Ишга дахлдор туризмда конгресслар сегментлари сезиларли кенгайди.

XXI асрда туризм диверсификацияси жараёнлари чуқурлашади, янги бозор сегментлари пайдо бўлади. Истеъмолчилар талабларининг келгуси персонификацияси рўй беради. Туризм индивидуаллик даврига қадам қўяди.

Ҳозирги замон эҳтиёж тараққиётида ва кўпгина туристлар хоҳиш истақларида бирорта фирма, ҳатто у йирик туристик фирма бўлсин, мавжуд бозор сегментларини тўла қамраб ололмайди. Амалда ҳар бир туристик фирма ўзи учун нисбатан кириш қулайроқ ва бозор талабининг фойдалироқ сегментини танлайди. Шу асосда, у ўз туристик маҳсулотини шакллантиради,

нархлар белгилайди, тегишли сотиш ва ҳаракатланиш каналларидан фойдаланади. Шундай қилиб, ихтисослашган туристик фирма вужудга келади. Ҳозирги пайтда демографик, ижтимоий-иқтисодий ва талабнинг психологик хусусиятларига боғлиқ ҳолда туроператорларни қуйидаги йўналишлар бўйича ихтисослашувини кузатишимиз мумкин:

- ёшлар туризми (мактаб ўқувчилари, талабалар);
- кексалар туризми (пензионерлар, ветеранлар);
- оммавий туризм (ўртача даромадли кишилар учун);
- алоҳида эътиборли, элитар туризм (юқори даромадли шахслар учун);
- автобус ва кема туризми;
- экскурсия – томоша туризми;
- дам олиш, даволаниш, спорт билан шуғулланиш мақсадидаги туризм;
- конгресс туризми ва бошқалар.

Хуллас, психолог туризмни ривожлантиришда, туристик таклифни оширишда, талабни яхшироқ қондиришда муҳим мутахассис ҳисобланади. Бу касб эгалари нозик психологик ўйинлардан фойдаланиб, туристик фирмалар ходими сифатида эҳтиёт бўлиб таклиф қилинаётган товар афзалликларини намойиш қилади. Психологлар турли хил рекламалар, эълонлар, таклифлар чақириқларга қараганда киши дўстига, унинг сўзларига кўпроқ ишонишини аниқлашган. Кўчакуйдаги туристик сафарга даъват этувчи реклама, эълон, ширлардан кўра турагентнинг мижоз ҳузурига келиб, сафарга таклиф этиши кўпроқ самара беради. Хулоса қилиб айтганда, туризм соҳасига психолог мутахассисларни жалб этиш давр талабидир.

#### **Адабиётлар**

1. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. 2-изд., перераб. и доп. – М.; ФиС, 2009.– 400 с.
2. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебник. – М.: КНОРУС, 2010. – 458 с.