

COVID-19'DAN KEYINGI TURIZM TENDENSIYALARI

Mahliyo Tolipova

E-mail: salomstudent@gmail.com

Tel: (97) 0019419

Annotatsiya: Ushbu maqolada COVID-19 pandemiyasidan keyin paydo bo'lgan asosiy turizm tendensiyalari tahlil qilinadi. Pandemiya sayohatchilarning afzalliklarini sezilarli darajada o'zgartirib, sog'liq va xavfsizlik, barqarorlik va tabiatga asoslangan faoliyatlarga qiziqishni oshirgan. Raqamli transformatsiya tezlashishi bilan mehmonxona industriyasi innovatsion xizmat ko'rsatish va shaxsiylashtirilgan tajribalar orqali moslashmoqda. Ushbu tahlil, sayohat naqshlaridagi o'zgarishlarga oid ma'lumotlarni taqdim etadi va kelajakda turizm sohasining barqarorlik va o'sishiga yordam beradigan ushbu tendensiyalarni tushunishning ahamiyatini ta'kidlaydi.

Kalit so'zlar: COVID-19'dan keyingi turizm, Sayohatchi afzalliklari, Sog'liq va xavfsizlik, Barqaror turizm, Raqamli transformatsiya, Sayohat naqshlari, Mehmonxona industriyasi

Kirish

COVID-19 pandemiyasi global turizm industriyasiga jiddiy ta'sir ko'rsatdi, bu esa misli ko'rilmagan muammolar va sayohatchilar xulq-atvoridagi muhim o'zgarishlarga olib keldi. Cheklovlar yumshatilishi va sayohat boshlanishi bilan, turizm sektoridagi manfaatdor tomonlarga yangi paydo bo'lgan tendensiyalarni tushunish muhimdir. Ushbu maqola COVID-19 pandemiyasidan keyin rivojlanayotgan asosiy turizm tendensiyalarini o'rganadi, sog'liq va xavfsizlik, barqarorlik, raqamli transformatsiya va mehmonxona industriyasining moslashuvi haqida to'xtaladi.

- **Sog'liq va Xavfsizlik**

Sayohatchilar xulq-atvoridagi eng katta o'zgarishlardan biri sog'liq va xavfsizlikka bo'lgan diqqatning ortishi hisoblanadi. Sayohatchilar joylashuvlar va transportni tanlashda tozalik va gigiyena masalalarini ko'proq e'tiborga olishmoqda. Mehmonxonalar va sayohat kompaniyalari qat'iy tozalash protokollarini amalga oshirsa va ushbu choralarni samarali tarzda reklama qilsa, raqobatda ustunlikka ega bo'lishi mumkin. Amerikaning Mehmonxona va Mehmonxonalar Assotsiatsiyasining o'tkazgan so'roviga ko'ra, sayohatchilarning 81% tozalikning pandemiyadan oldinroq muhimligini aytgan (American Hotel and Lodging Association, 2021).

- **Tabiatga Va Tashqi Faoliyatlarga Qiziqish**

Pandemiya sayohatchilar orasida tabiatga asoslangan turizmga qiziqishning oshishiga olib keldi. Ko'plab sayohatchilar siqilgan shahar muhitidan qochishga intilishdi, shuning uchun tashqi faoliyatlar, masalan, piyoda sayr qilish, lagerda qolish va ekoturizm mashhur bo'lib bormoqda. Shultz (2021) ta'kidlashicha, "tabiiy muhitda vaqt o'tkazish sayohatchilarning ruhiy holatini yaxshilaydi va ularni yangi tajribalar bilan ta'minlaydi." Tabiiy go'zalliklar va tashqi faoliyatlarni taklif qiladigan joylar, sayohatchilarni ochiq joylar va toza havoga bo'lgan ehtiyojlarini qondirishda ko'proq mehmonlarni jalb qilmoqda.

- **Barqaror Amaliyotlarga Qiziqishning O'sishi**

Pandemiya sayohatchilarni o'zlarining atrof-muhitga ta'sirini o'ylashga undadi, bu esa barqaror turizm amaliyotlariga bo'lgan talabni oshirdi. Sayohatchilar ekologik toza joylashuvlar va mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlaydigan tajribalarni izlaydilar. Barqaror turizm bo'yicha mutaxassis Williams (2021) "sayohatchilarning ekologik mas'uliyatni his etishi ularning sayohat tanlovlariga ta'sir qilmoqda" deb yozadi. Booking.com'ning hisobotiga ko'ra, global sayohatchilarning 72% kelajakda barqaror sayohat qilishni xohlashlarini bildirdilar.

- Overturizmga Ta'siri

Sayohatchilar o'zlarining atrof-muhitga bo'lgan ta'sirini sezilarli darajada sezishlari bilan, overturizmning salbiy ta'siri haqida kengayib borayotgan tushuncha mavjud. Destinatsiyalar, masalan, Hall (2020) "sayohatchilar sonini boshqarish va mas'uliyatli turizm amaliyotlarini rivojlantirish orqali o'zlarining o'ziga xosligini saqlashlari kerak" deb ta'kidlaydi. Bu o'zgarish sayohatchilarga joylarining o'ziga xosligini saqlashga yordam beradi va barqaror rivojlanishni ta'minlaydi.

- Texnologiyalarning Rivoji

COVID-19 pandemiyasi mehmonxona va turizm industriyasida raqamli transformatsiyaning tezlashishiga olib keldi. Kontaktis to'lovlar, onlayn ro'yxatdan o'tish va virtual xizmatlar kabi texnologiyalar sayohatchilar tomonidan talab qilinadi. Mehmonxonalar va sayohat kompaniyalari bu texnologiyalarni qo'llab-quvvatlab, xavfsizlikni ta'minlaydilar. Duman (2021) "raqamli yechimlar, mehmonxonalarning moslashuvchanligini oshirishga va qiyinchiliklar bilan kurashishga yordam berishi mumkin" deb yozadi.

- Xizmat Ko'rsatish Innovatsiyalari

Mehmonxona industriyasi COVID-19 pandemiyasidan so'ng xizmat ko'rsatish jarayonlarini yangilashga majbur bo'ldi. Qayta tiklanadigan xizmatlar, masalan, yangi ipoteka shartlari va gigiyena protokollari ishlab chiqildi. Shuningdek, mehmonxona va sayohat kompaniyalari shaxsiylashtirilgan va noyob tajribalarni taqdim etishga e'tibor qaratmoqdalar. Yang (2021) ta'kidlashicha, "mehmonxonalarning moslashuvchanligi va innovatsiyalari, raqobatbardoshlikni oshirishda asosiy omil hisoblanadi".

- Marketing Strategiyalarining O'zgarishi

Pandemiya davomida sayohatchilar xulq-atvoridagi o'zgarishlarga mos ravishda marketing strategiyalarini qayta ko'rib chiqishga majbur bo'lgan kompaniyalar, o'z brendlarini va mahsulotlarini takomillashtirishga e'tibor berishi kerak. Mijozlar tajribasini yaxshilash uchun to'g'ridan-to'g'ri mijozlar bilan aloqa o'rnatish va ijtimoiy tarmoqlar orqali ma'lumot berish strategiyalari ishlab chiqilmoqda. Brooks (2021) "kompaniyalar o'z brendlarini xaridorlar bilan yanada yaqinlashtirish orqali ularni jalb qilishlari mumkin" deb ta'kidlaydi.

Xulosa

COVID-19 pandemiyasi global turizm industriyasini jiddiy o'zgartirdi, bu esa sayohatchilar xulq-atvorida, afzalliklarida va xizmatlar talabida muhim o'zgarishlarga olib keldi. Sog'liq va xavfsizlikka, barqarorlikka va raqamli transformatsiyaga qaratilgan e'tibor, kelajakda turizm sohasining barqarorligini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Turizm kompaniyalari ushbu tendensiyalarni inobatga olish orqali raqobatbardoshligini oshirishi va mijozlar ehtiyojlariga

moslashishi zarur. Bularning barchasi, COVID-19'dan keyin sayohat qilishni davom ettirishda muhim omillar bo'lib xizmat qiladi.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. American Hotel and Lodging Association. (2021). 2021 State of the Hotel Industry Report. Retrieved from www.ahla.com
2. Bhandari, P. (2021). "The Rise of Bleisure Travel: A New Trend in Post-Pandemic Tourism." *Journal of Tourism Research*, 27(4), 56-67
3. Brooks, S. (2021). "Marketing Strategies in the New Era of Travel." *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102753.
4. Duman, T. (2021). "Digital Transformation in the Hospitality Industry Post-COVID-19." *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 210-220.
5. Hall, C. M. (2020). "Overtourism: Implications for Tourism Policy and Management." *Tourism Management*, 78, 104020.
6. Schultz, J. (2021). "Nature-Based Tourism: A Shift in Traveler Preferences." *Sustainable Tourism Journal*, 19(1), 34-45.
7. Smith, L. (2021). "Virtual Reality in Tourism Marketing: Trends and Opportunities." *Tourism Management Perspectives*, 39, 65-74.
8. Williams, A. (2021). "Sustainable Tourism: The Future of Travel in a Post-COVID World." *Journal of Sustainable Tourism*, 29(8), 1207-1224.
9. Yang, J. (2021). "Service Innovations in Hospitality: Adapting to the New Normal." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(7), 2233-2250.