

O‘ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA INSON RESURSLARINING O‘RNI VA BANDLIK KO‘RSATKICHLARIGA TA’SIRI

Mansurov Jahongir Ravshanovich

TDIU, Mehnat iqtisodiyoti kaferdasi

tayanch doktoranti

Annotatsiya: *Mazkur maqolada O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasining rivojlanish jarayonlari hamda ushbu tarmoqda inson resurslarining iqtisodiy samaradorlik va bandlik ko‘rsatkichlariga ta’siri tahlil qilinadi. Turizm xizmatlar sohasi tarkibidagi yetakchi tarmoqlardan biri sifatida mamlakat yalpi ichki mahsulotining o‘sishi, aholi bandligi va daromadlarining oshishida muhim ahamiyat kasb etmoqda. Tadqiqotda Jahon Sayohat va Turizm Kengashi (WTTC), O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi hamda Turizm qo‘mitasi ma’lumotlari asosida 2016–2023-yillardagi asosiy tendensiyalar ko‘rib chiqilgan. Shuningdek, turizm korxonalarida xodimlar sonining o‘shish dinamikasi, Covid-19 pandemiyasining bandlikka ta’siri va o‘rtacha oylik ish haqi ko‘rsatkichlaridagi o‘zgarishlar yoritilgan. Tadqiqot natijalari turizm sohasida inson resurslarini rivojlantirish xizmatlar sifati va raqobatbardoshlikni oshirishda muhim omil ekanligini ko‘rsatadi.*

Kalit so‘zlar: *Turizm sohasi, inson resurslari, aholi bandligi, turistik oqim, davlat siyosati, xizmatlar sifati.*

Turizm xizmatlar sohasi tarkibiga kiruvchi muhim tarmoqlardan biri bo‘lib, u mamlakat iqtisodiyotiga daromad keltirishi, yangi ish o‘rinlari yaratishi hamda xorijiy fuqarolarning turli maqsadlarda mamlakatga kirib kelishiga imkon berishi bilan ahamiyatlidir. Inson resurslari nomoddiy kapital sifatida tashkilotlar uchun raqobat ustunligini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Xodimlarning bilim, ko‘nikma va malakalari ko‘pincha noyob bo‘lib, raqobatchilar tomonidan osonlikcha takrorlanmaydi. Shu sababli, keskin raqobat sharoitida muvaffaqiyatga erishishni istagan tashkilotlar inson resurslarini rivojlantirishga alohida e’tibor qaratishi lozim. Bu holat turizm sohasiga ham bevosita taalluqlidir. Turizm tarmog‘ida mehnat resurslari sifatini oshirish uning samaradorligini yuksaltirishga xizmat qiluvchi strategik yo‘nalishlardan biridir.

Jahon Sayohat va Turizm Kengashi (WTTC) ma’lumotlariga ko‘ra, turizm global iqtisodiyotning muhim harakatlantiruvchi kuchi hisoblanib, jahon yalpi ichki mahsulotining qariyb 10 foizini tashkil etadi hamda millionlab aholining bandligini ta’minlaydi [1]. Turizm ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning muhim asoslaridan biri bo‘lib, Barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishda katalizator vazifasini bajaradi [2; 3]. Bugungi kunda O‘zbekistonni ham o‘z ichiga olgan ko‘plab rivojlanayotgan davlatlarda turizm sohasi muhim daromad manbalaridan biriga aylanmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF–5611-sonli “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoniga muvofiq, turizmni milliy iqtisodiyotda diversifikatsiya qilish, hududlarni tezkor rivojlantirish, yangi ish o‘rinlari yaratish, aholi daromadlari va

turmush darajasini oshirish hamda mamlakat investitsion jozibadorligini kuchaytirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda.

Viza rejimining liberallashtirilishi, xorijiy fuqarolarni ro‘yxatdan o‘tkazish tartiblarining soddalashtirilishi, turizm infratuzilmasini rivojlantirishga qaratilgan imtiyoz va preferensiyalarning joriy etilishi milliy turizm salohiyatini ichki va tashqi bozorlarda faol targ‘ib qilish imkonini yaratdi. Hozirgi vaqtda 93 ta davlat fuqarolari uchun vizasiz kirish, 56 ta davlat uchun elektron viza, 47 ta davlat fuqarolari uchun 5 kunlik tranzit vizasiz rejim, shuningdek 76 ta davlat uchun turistik vizalarni rasmiylashtirishning soddalashtirilgan tartibi amalda joriy etilgan.

2023-yilda O‘zbekistonga turistik maqsadlarda 6,6 million nafar xorijiy fuqaro tashrif buyurgan bo‘lib, bu ko‘rsatkich 2022-yilga nisbatan 1,4 million nafarga yoki 26,6 foizga oshgan. Turistlarning mamlakatda qolish muddati o‘rtacha to‘rt kunni tashkil etib, bu avvalgi yilga nisbatan 1,3 barobar ko‘pdir.

2023-yil davomida mamlakatga eng ko‘p turistlar Tojikistondan (2 mln 155,2 ming), Qirg‘izistondan (1 mln 757,1 ming) va Qozog‘istondan (1 mln 333,3 ming) tashrif buyurgan. Rossiyadan kelgan turistlar soni 714,3 ming kishini, Turkiyadan esa 106,5 ming kishini tashkil etgan.

Tahlillarga ko‘ra, 2023-yilda O‘zbekistonda 810 ta yangi turoperator va sayyohlik agentliklari faoliyati yo‘lga qo‘yildi, turizm va unga tutash sohalarda 70 mingta yangi ish o‘rni yaratildi. Shuningdek, Turizm qo‘mitasining ma‘lumotiga ko‘ra, aholini ish bilan ta‘minlash ko‘rsatkichi 7 yilda 2 barobar oshgan. 2017-yilda 187 ming kishi ishlagan bo‘lsa, 2024-yilda ularning soni 391 mingga yetdi. [5].

Shu bilan birga, O‘zbekiston jahon turizm bozorida ma‘lum o‘ringa ega bo‘lishiga qaramay, turistlar uchun qulay sharoitlar yaratish, xizmatlar sifati, turistik obyektlarning jozibadorligini oshirish va reklama faoliyatini kuchaytirish borasidagi ko‘rsatkichlar hali yetarli darajada emas. Turizm sohasida sezilarli o‘sishga erishish esa aynan ushbu omillarga bog‘liqdir.

Bundan tashqari, turizm va u bilan bog‘liq iqtisodiy rivojlanish natijasida jamiyat ijtimoiy tuzilmasida yuzaga kelayotgan o‘zgarishlar ko‘pincha yetarlicha tahlil qilinmaydi. Bu esa turizm rivojining mahalliy darajadagi ta‘sirini, xususan, infratuzilma, iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy jarayonlar bilan o‘zaro bog‘liqligini chuqur o‘rganishni taqozo etadi.

Turizm dunyodagi eng yirik va xilma-xil xizmatlar tarmoqlaridan biri bo‘lib, ko‘plab mamlakatlar uni daromad, bandlik, xususiy sektor rivoji va investitsiyalar manbai sifatida ko‘radi. Turizm sohasida raqobatbardosh mamlakatlar reytingi madaniy resurslar, infratuzilma xarajatlari, turistik mahsulotlar narxi, xavfsizlik darajasi va xalqaro ochiqlik kabi mezonlar asosida shakllantirilgan 140 ta eng jozibador yo‘nalishni o‘z ichiga oladi. Afsuski, O‘zbekiston mazkur reytingdan hali o‘rin olmagan.

Mahalliy olimlardan Y.Golisheva, A.A.Eshtayev, M.T.Aliyeva va Z.D.Adilova o‘z ilmiy ishlarida O‘zbekistonda turizm sohasining rivojlanishi, turizmda aholi bandligi kabi masalalarni keng yoritib berganlar.

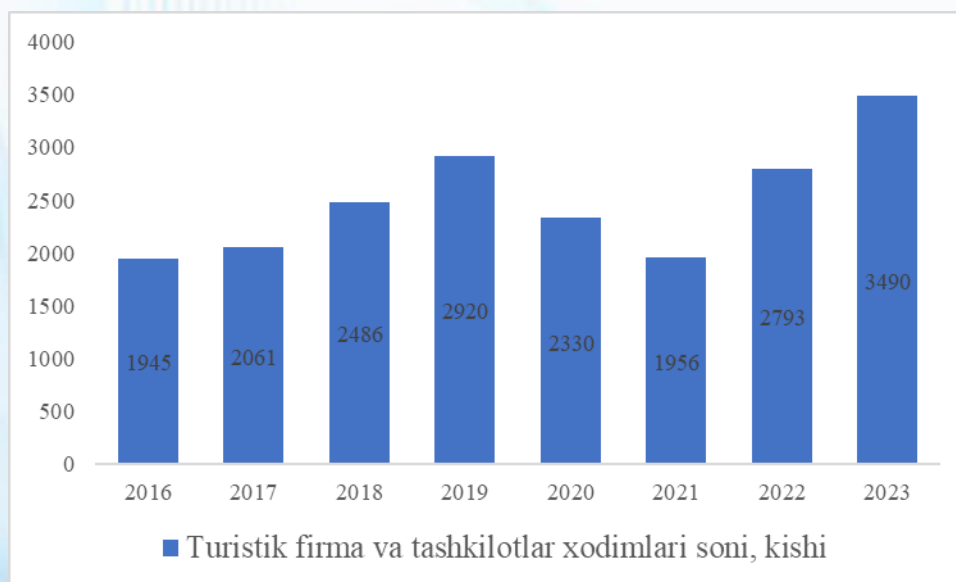
Turizmni rivojlantirishda davlat siyosati muhim ahamiyatga ega bo‘lib, barqaror strategiyalar va mustahkam institutsional muhitni yaratish orqali sohani qo‘llab-quvvatlaydi

[6]. Hech bir hukumat turizmning ahamiyatini e’tibordan chetda qoldira olmaydi, chunki u nafaqat tarmoqning o’ziga, balki milliy va hududiy darajada ijobiy iqtisodiy samaralar keltiradi. Davlatning faol ishtiroki Malayziya, Indoneziya, Bagama orollari, Yamayka, Keniya, Janubiy Afrika, Marokash, Dubay, Tunis kabi mamlakatlarda sezilarli natijalar bergan [7]. Turizmning rivojlanishi yalpi ichki mahsulotning o’sishiga va aholining turmush darajasi yaxshilanishiga xizmat qiladi [6].

Bugungi kunda ham davlat, ham xususiy sektor turizm sohasiga katta moliyaviy va tashkiliy resurslarni yo’naltirmoqda. Keumning ta’kidlashicha, globallashuv va bozorlarning liberallashuvi natijasida dunyo bo’ylab turistik oqimlar barqaror ravishda ortib bormoqda [8]. Bir qator tadqiqotchilar xalqaro turistlar oqimi nazariyalari asosan globallashuv jarayonlari, xalqaro savdo, ikki tomonlama kelishuvlar, turizmga bo’lgan talab va taklif omillari bilan bog’liqligini qayd etganlar [8; 9]. Bonifasening fikricha, turistik oqim shunchaki odamlar harakati emas, balki turizm tizimi uchun muhim iqtisodiy qiymat bo’lib, u daromad bir hududda shakllanib, boshqa hududda sarflanishini anglatadi [10].

Shuningdek, turizm rivojiga ta’sir etuvchi omillar ko’plab olimlar tomonidan o’rganilgan bo’lib, ular daromad darajasi, transport xarajatlari, nisbiy narxlar, marketing va reklama xarajatlari, maxsus tadbirlarning mavjudligi, bo’sh vaqt va moliyaviy imkoniyatlar, aholi jon boshiga YAIM, mamlakatlar o’rtasidagi savdo hajmi, yo’nalish imiji va raqobatbardoshlik kabi ko’rsatkichlarni alohida ta’kidlaydilar [11; 12].

X. Luo tadqiqotlariga ko’ra, boshqalarga xizmat ko’rsatishga tayyorlik turizm sohasida inson resurslari uchun zarur bo’lgan qo’shimcha qiymatni shakllantiradi. Shu bois, inson resurslari turizm korxonalarida vositachilik (mediatsion) funksiyasini bajarish salohiyatiga ega (1-rasm) [13].



1-rasm. O’zbekistonda turizm korxonalarida faoliyat yurituvchi xodimlar soni

1-rasm ma’lumotlaridan ko’rinadi-ki, O’zbekistonda turistik korxonalar xodimalri soni 2016-2023-yillarda o’sish tendensiyasiga ega bo’lib, 2016-yilda 1945 tadan 2023-yilga kelib 3490 tani tashkil etgan, ya’ni 79 foizga oshgan. 2021-yilda esa o’tgan yilga nisbatan pasayish

kuzatilgan bo’lib, 1956 tani tashkil etgan, ya’ni 2020-yilga nisbatan 16 foizga kamaygan. Demak, bu ko’rsatkichni Covid-19 pandemiyasi bilan bog’liq ekanligini ko’rishimiz mumkin.

O’zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo’mitasining ma’lumotlariga ko’ra, 2010-yilda 473800 so’m bo’lgan o’rtacha oylik ish haqi 2023-yilga kelib 2803100 so’mgacha oshgan, ya’ni 5,9 barobar ko’paygan. Bu inflyatsiya bilan birga soha rivojlanishi natijasida xodimlar daromadining oshganini ko’rsatadi. Ish haqi 2024-yilda 2232700 so’mni tashkil etgan.

Xulosa qilib aytganda, O’zbekistonda turizm sohasining jadal rivojlanishi inson resurslaridan samarali foydalanish bilan chambarchas bog’liqdir. So’nggi yillarda amalga oshirilgan institutsional islohotlar, viza rejimining soddalashtirilishi va infratuzilmani rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar turistik oqimning sezilarli darajada oshishiga olib keldi. Natijada turizm va unga tutash sohalarda yangi ish o’rinlari yaratilib, aholi bandligi hamda daromadlari ko’paydi. Tahlillar shuni ko’rsatadiki, turizm korxonalarida xodimlar soni barqaror o’sish tendensiyasiga ega bo’lib, pandemiya davridagi vaqtinchalik pasayishdan so’ng tiklanish jarayoni kuzatilmoqda. Shu bilan birga, xizmatlar sifati, kadrlar malakasi va turistik obyektlarning raqobatbardoshligini oshirish dolzarb vazifa bo’lib qolmoqda. Kelgusida turizm sohasida inson kapitaliga yo’naltirilgan investitsiyalarni kengaytirish, kasbiy tayyorgarlik va qayta tayyorlash tizimini takomillashtirish sohaning barqaror rivojlanishini ta’minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO’YXATI:

1. F. Kitsios, E. Mitsopoulou, E. Moustaka, M. Kamariotou. User-generated content behavior and digital tourism services: a SEM-neural network model for information trust in social networking sites. 100056-100056, Int. J. Inf. Manag. Data Insights, 2 (1) (2022), 10.1016/j.jjime.2021.100056,
2. K.Boluk, Ch.T.Cavaliere, F.Higgins-Desbiolles. A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism. Journal of Sustainable Tourism 27(3):1-18, May 2019. DOI: 10.1080/09669582.2019.1619748
3. D.Sharpley. Criminal Litigation: 2022/2023: Legal Practice Course Guides (LPC). Paperback – July 15, 2022
4. M.I.Anaba, G.H.Ching, M.M.Masud. Factors influence residents’ investment decision for tourism industry development, International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting. ISSN 2577-767X, Vol. 16, No. 1, pp. 66-76, 2023. DOI: 10.33094/ijaefa.v16i1.890
5. O’zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo’mitasi ma’lumotlari. www.stat.uz
6. Anaba, M. I., Masud, M. M., & Ching, G. H. (2020). predominant factors affecting community’s willingness to invest in tourism industry. Sarjana, 35(2), 52-67
7. Akama, J. S. (2002). The role of government in the development of tourism in Kenya. International Journal of Tourism Research, 4(1), 1-14. <https://doi.org/10.1002/jtr.318>
8. Keum K (2010). Tourism flows and trade theory: A panel data analysis with the gravity model. Annals of Regional Science 44(3):541-557

9. Mansfeld Y (1990). Spatial patterns of international tourist flows: towards a theoretical framework. *Progress in Human Geography* 14(3):372-390.
10. Boniface B, Cooper R, Cooper C (2016). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism* (7th ed.). London: Routledge.
11. Lim C (1999). A meta-analytical of international tourism demand. *Journal of Travel Research* 37(3): 273-284.
12. Song H, Witt SF (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*, Pergamon, Oxford.
13. X. Luo. *Self-Empowerment and Its Discontents-Shanghai Private Art Museums in Contemporary China*, 2019
14. Ibragimova Feruza Axtamovna, & et al. (2025). Tadbirkorlik faoliyatida marketing strategiyalarining mehnat unumdorligiga ta’siri. *Mehnat Iqtisodiyoti Va Inson Kapitali*, 4(3), 38–45. Retrieved from <https://laboreconomics.uz/index.php/lehc/article/view/121>