TURIZM VA XIZMAT KÖRSATIŞ SOHASIDA XOTIN-QIZLAR INSON KAPITALI VA TADBIRKORLIK FAOLLIGINI OŞIRIŞ

Dustova Aziza Qahramonovna

Osiyo xalqaro universiteti «Iqtisodiyot» kafedrasi dotsenti, Buxoro davlat universiteti doktoranti (DSc)

Buxoro şahri, Özbekiston

adustova98@mail.ru; dustovaaziza@oxu.uz; a.q.dustova@buxdu.uz

ORCID ID: 0009-0000-4267-1396

Аннотация: В статье исследуются условия реализации человеческого капитала женщин через предпринимательство в сфере туризма и услуг. Классифицированы факторы, ограничивающие участие женщин в туристическом предпринимательстве. Предложены трёхкомпонентная модель поддержки «навыки – финансы – рынок» и система показателей её результативности.

Ключевые слова: женское предпринимательство, человеческий капитал, туризм, гендерное равенство, семейные гостевые дома, туристические сёла.

Annotatsiya: Maqolada xotin-qizlar inson kapitalini turizm va xizmat körsatiş sohasidagi tadbirkorlik orqali röyobga çiqariş şart-şaroitlari tadqiq etilgan. Xotin-qizlarning turizm tadbirkorligidagi iştirokini çeklovçi omillar tasniflangan. “Könikma – moliya – bozor” uç komponentli qöllab-quvvatlaş modeli va uning natijadorlik körsatkiçlari taklif etilgan.

Kalit sözlar: xotin-qizlar tadbirkorligi, inson kapitali, turizm, gender tenglik, oilaviy mehmon uylari, turizm qişloqlari.

Abstract: The paper examines the conditions for realising women’s human capital through entrepreneurship in tourism and services. Factors limiting women’s participation

in tourism entrepreneurship are classified. A three-component "skills – finance – market" support model and a set of performance indicators are proposed.

Keywords: women's entrepreneurship, human capital, tourism, gender equality, family guesthouses, tourism villages.

Jahon banki ma'lumotlariga köra, Özbekistonda qizlar uçun Inson kapitali indeksi 0,63 ni, öğil bolalar uçun 0,61 ni taşkil etadi; ayollarning kattalar yoşidagi omon qoliş körsatkiçi ham yuqoriroq (0,90 ga nisbatan 0,83) [4]. Demak, xotin-qizlarning inson kapitali salohiyati erkaklarnikidan past emas. Mamlakatda 2030-yilga qadar gender tenglikka erişiş strategiyasi qabul qilingan [1].

Turizmda ayollar mehnati keng qöllaniladigan kiçik formatlar jadal kengaymoqda: 2025-yilda 1 023 ta yangi joylaştiriş vositasi işga tuşirilgan, ulardan 528 tasi oilaviy mehmon uylaridir; turizm qişloqlari va mahallalari soni 39 taga yetgan [2]. 2025-yilda xorijiy fuqarolarning Özbekistonga turistik safarlari 11 679,6 mingtani taşkil etgan [3]. Bu imkoniyatlardan xotin-qizlarning tadbirkor sifatida foydalaniş mexanizmlari esa yetarli işlab çiqilmagan.

Şu munosabat bilan tadqiqotning maqsadi – turizm va xizmat körsatiş sohasida xotin-qizlar inson kapitalini tadbirkorlik orqali röyobga çiqarişning taşkiliy-iqtisodiy modelini işlab çiqiş. Bunda nazariy asos – inson kapitali nazariyasi [8], ayollarning iqtisodiy imkoniyatlari böyiça tadqiqotlar [7] va turizmda ayollar iştiroki böyiça BMT tizimi hisoboti [6]. Tizimli tahlil, tasniflaş, rasmiy ma'lumotlarni qiyosiy tahlil qiliş va taşkiliy modellaştiriş usullari qöllanildi. Axborot bazasi – Jahon banki, Milliy statistika qömitasi, Turizm qömitasi ma'lumotlari va normativ hujjatlar.

Adabiyotlar va xalqaro hisobotlar tahlili asosida [6; 7] xotin-qizlarning turizm tadbirkorligidagi iştirokini çeklovçi omillar uç guruhga tasniflandi. Inson kapitali bilan boğliq omillar: biznes yuritiş, moliyaviy savodxonlik, xorijiy til va raqamli marketing könikmalari yetişmasligi. Moliyaviy omillar: garov ta'minoti va kredit tarixining çeklanganligi, boşlanğiç kapitalning kamligi. Ijtimoiy-institutsional omillar: oilaviy

majburiyatlar yuki, maktabgaça ta'lim xizmatlaridan foydalaniş imkoniyati. Tasnifning ahamiyati şundaki, birinçi guruh omillari töğridan-töğri inson kapitaliga investitsiya orqali bartaraf etiladi va boşqa guruhlar böyiça çoralar samaradorligini belgilaydi.

Şu asosda "Könikma – moliya – bozor" uç komponentli qöllab-quvvatlaş modeli taklif etiladi. Könikma komponenti mahalla va OTMlar bazasida qisqa muddatli modulli kurslarni (mehmon uyi boşqaruvi, onlayn bron platformalari, hunarmandçilik mahsulotlarini raqamli sotiş, ingliz tili) nazarda tutadi. Moliya komponentida imtiyozli mikrokredit va kafillik mexanizmlaridan foydalaniş kursni muvaffaqiyatli tugatiş bilan boğlanadi. Bozor komponenti ayollar işlab çiqargan mahsulot va xizmatlarni turistik marşrutlar, festivallar va onlayn platformalarga integratsiya qilişni ta'minlaydi; muallifning avvalgi tadqiqotida tadbirlar marketingi kiçik biznesni ilgari surişning samarali vositasi ekani körsatilgan [5].

Modelni amalga oşiriş uçun turizm qişloqlari va mahallalari (respublikada 39 ta [2]) qulay maydon hisoblanadi: ularda ayollar uy şaroitidagi hunarmandçilik va oşxona mahoratini oilaviy mehmon uylari, mahorat darslari va milliy taomlar xizmatlari bilan birlaştirişi mumkin. Model natijadorligi quyidagi körsatkiçlar bilan baholanadi: turizmda faoliyat yurituvçi ayollar tadbirkorligi subyektlari uluşi, kursdan keyin biznes oçganlar uluşi, mikrokreditlarning qaytariliş darajasi, ayollar boşqaruvidagi oilaviy mehmon uylari soni. Modelning yangiligi – ta'lim, moliyalaştiriş va bozorga çiqiş yagona zanjirga boğlangan, moliyaviy yordam oliş esa könikma komponentini yakunlaş şarti bilan belgilangan.

Xulosa qilib aytganda, Özbekistonda xotin-qizlarning inson kapitali körsatkiçlari erkaklarnikidan past emas, turizmda esa oilaviy mehmon uylari va turizm qişloqlari kabi kiçik formatlar tez kengaymoqda. Taklif etilgan "Könikma – moliya – bozor" modeli bu salohiyatni tadbirkorlik orqali röyobga çiqariş va gender strategiyasining iqtisodiy yönalişini turizm sohasida amalga oşiriş uçun foydalanilişi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Senatining 2021-yil 28-maydagi SQ-297-IV-son “2030-yilga qadar O‘zbekiston Respublikasida gender tenglikka erishish strategiyasini tasdiqlash haqida”gi qarori. – URL: https://lex.uz/docs/-5466673.
2. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. 2025-yil — turizm sohasida yangi bosqich va yuqori natijalar yili. – 15.01.2026. – URL: https://gov.uz/oz/uzbektourism/news/view/142186.
3. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasida turizm va dam olishning rivojlanishi (2025-yil uchun): press-reliz. – Toshkent, 10.08.2026. – URL: https://stat.uz.
4. World Bank. Uzbekistan: Human Capital Index 2020 (Human Capital Project, October 2020). – Washington, DC: World Bank, 2020.
5. Дустова А.К. Особенности развития событийного (event-) маркетинга в Узбекистане и его роль в продвижении малого бизнеса // «Raqamli iqtisodiyot» ilmiy-elektron jurnali. – 2025. – № 13. – DOI: 10.5281/zenodo.21887744.
6. UNWTO, UN Women. Global Report on Women in Tourism – Second Edition. – Madrid: UNWTO, 2019.
7. Kabeer N. Gender equality, economic growth, and women’s agency: the “endless variety” and “monotonous similarity” of patriarchal constraints // Feminist Economics. – 2016. – Vol. 22, No. 1. – P. 295–321.
8. Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. – New York: National Bureau of Economic Research, 1964. – 187 p.