

TURIZM XIZMATLARI SEKTORI RIVOJLANISHINING IQTISODIY SAMARADORLIKKA TA'SIRI VA UNING TARKIBIY TUZILISHI

Абдуллаева Шахноза Абдуллаевна

ТДШУ талабалар амалиёти ва карера маркази бош мутахассиси

Shaknoza2019gmail.com

MAQOLA MALUMOTI

ANNOTATSIYA:

MAQOLA TARIXI:

Received: 04.03.2026

Revised: 05.03.2026

Accepted: 06.03.2026

KALIT SO'ZLAR:

*turizm xizmatlari,
turistik mahsulot,
turizm sektori, online
sayyohlik, global
sanoat, samaradorlik.*

Ushbu maqolada turizm xizmatlari sektorining zamonaviy iqtisodiyotdagi o'rnini, uning tarkibiy qismlari va iqtisodiy samaradorlikka ta'siri tahlil qilinadi. Turizm industriyasining asosiy tarmoqlari bo'lmish transport, turar joy, oziq-ovqat va sayyohlik agentliklari faoliyati global statistik ma'lumotlar asosida ko'rib chiqilgan. Shuningdek, sohadagi mavjud muammolar va istiqboldagi o'sish sur'atlari prognoz qilingan.

Turizm xizmatlari iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish, ish o'rinlari yaratish, infratuzilmani rivojlantirish va eksportni ko'paytirish orqali muhim o'rin tutadi. Ushbu xizmatlar mahalliy va xorijiy sayyohlarni jalb qilish, tadbirkorlikni rivojlantirish hamda valyuta tushumlarini oshirishga yordam beradi. Turizm orqali iqtisodiyotning innovatsion ijtimoiy yo'naltirilgan turiga o'tish ushbu sohani zamonaviy iqtisodiyotning eng muhim yo'nalishi sifatida belgilaydi. Milliy turizm tabiiy resurslarning kamayishiga olib kelmaydi, aksincha, aholining hayot sifatini yaxshilashga qaratilgandir.

“Turizm xizmatlari” atamasi turizm bozoridagi tadbirkorlik sub'ektlarining sayohat, turar joy, ovqatlanish, xizmat ko'rsatish, ko'ngil ochar tadbirlar, transferlar va xavfsizlik kabi faoliyat turlarini o'z ichiga oladi. Boshqacha aytganda, turizm faoliyatini tashkil etuvchi va jismoniy shaxslarga (turistlarga) xizmat ko'rsatuvchi sub'ektlar (korxona va tashkilotlar) yig'indisidir¹.

Turistik xizmatlar – korxona va tashkilotlarning turistlarning sayohat, dam olish va ekskursiyaga bo'lgan ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan faoliyati.

¹Колесников А.М. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка туристских услуг / А.М. Колесников // Экономический вектор. - №3(10), 2017. – С. 36-41.

Turistik mahsulot – sayohat paytida turistning ehtiyojlarini qondirish bo'yicha xizmatlar, ishlar va tovarlar to'plami. Asosiy farq shundaki, turizm mahsuloti xizmat emas, balki tovar².

Turistik xizmatlar — joylashtirish, ovqatlantirish, transport, ekskursiya va maslahat xizmati ko'rsatish bo'yicha xizmatlar, shuningdek turist va ekskursantning ehtiyojlarini qanoatlantirishga qaratilgan xizmatlar.³

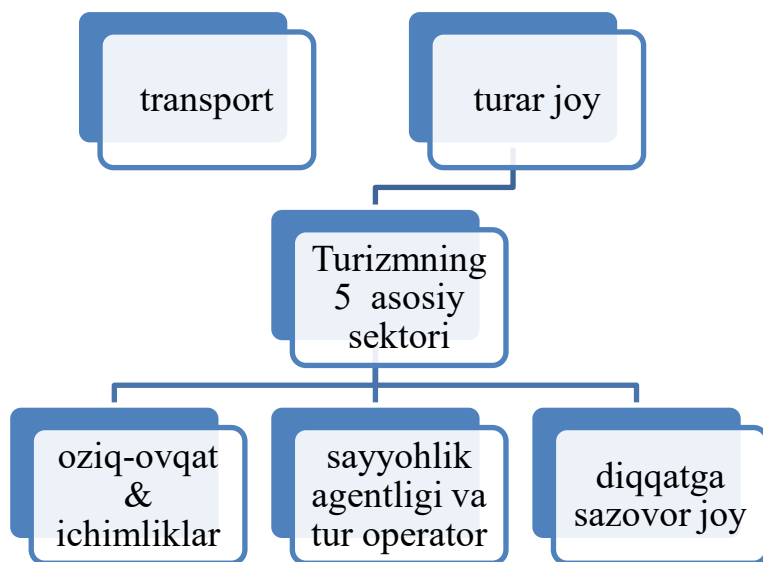
Keyingi yillarda turizm xizmatlarining shakllari va mazmunida sezilarli o'zgarishlar ro'y berdi. Jahon sayyohlik bozoridagi raqobatning yuqori darajasi ko'pchilik turoperatorlarni sayyohlik agentliklari va sayyohlarga turizm dasturlari bo'yicha keng qamrovli xizmatlar paketini taklif qilishga olib keldi. Bu ularga o'z talablari va motivatsiyalariga to'liq javob beradigan mijozlarga xizmat ko'rsatish darajasini ta'minlash imkonini berdi.

Turizm sektori – korxona va tashkilotlar o'rtasidagi umumiy maqsadlar va iqtisodiy tamoyillar, muayyan hududning tabiiy resurs, inson va boshqalar salohiyatidan foydalanish bilan birlashtirilgan, o'z faoliyatini jismoniy va yuridik shaxslar – turistik faoliyat ob'ektlarining turli turistik ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tarmoqlararo tizimidir.

Turizm sanoati uzluksiz sayohat tajribasini yaratish uchun birgalikda ishlaydigan turli segmentlarni qamrab oladi. Ushbu turizm sohalariga transport, turar joy, oziq-ovqat va ichimliklar, dam olish va o'yin-kulgi hamda **sayohat xizmatlari** kiradi.

1-rasmda keltirilgan turistik xizmatlar ko'rsatuvchi sektorlar tuzilishini ko'rib chiqamiz⁴.

1-rasm. Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi sektorlar tuzilishi



² Сергеева, В. Ф. Сравнительная характеристика рекламно-информационного тура и других средств продвижения туристского продукта / В. Ф. Сергеева. // материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Казань, март 2020 г.). — Казань: Молодой ученый, 2020. — С. 24-27. — URL: <https://moluch.ru/conf/stud/archive/363/15651/> (дата обращения: 06.08.2025).

³ <https://lex.uz/docs/4428097?ONDATE=14.05.2024>

⁴ <https://ru.scribd.com/document/599447446/TOURISM-INDUSTRY-STRUCTURE-AND-COMPONENTS>

Turizm sanoati sohalar global iqtisodiyotdagi eng dinamik sohalar qatoriga kiradi. Ularning har biri keng qamrovli o'zgarishlarni boshdan kechiradi va ko'plab omillarga bog'liq.

Turizmda transport eng katta sektor hisoblanadi. U sayohatning turli shakllarini qamrab oladi va sayyohlarga o'z manzillariga xavfsiz va samarali yetib borish imkonini beradi. Kichik-sektorlarga havo transporti, quruqlik transporti va dengiz transporti kiradi, ularning har biri turizm sohalarida muhim rol o'ynaydi. Samarali va ishonchli transport xizmatlari ijobiy sayohat tajribasi uchun juda muhimdir. Havo qatnovi eng katta ulushni, ya'ni 57% ni tashkil qiladi. Uzoq manzillarga borishga harakat qilayotgan sayohatchilar ko'pincha turli xil sayohat variantlaridan birini tanlaydilar. COVID-19 pandemiyasidan keyin turizm sohasining tiklanish sur'atini havo transporti tendensiyalariga qarab baholash mumkin. So'nggi hisobotda aytilishicha, umumiy havo qatnovi 2022-yilga nisbatan 52% ga oshgan. Shuningdek avtomobil transporti barcha sayohatlarning 77 foizini tashkil etadi. Dengiz sayohati yoki kruiz turizmi ham barqaror o'sishni boshdan kechirmoqda. Ushbu kichik sektor 2022 yildan 2031 yilgacha 10,4% yillik o'sish sur'ati bilan o'sishda davom etishi taxmin qilinmoqda⁵.

Turar joy: Sayyohlar tanlashi mumkin bo'lgan barcha turar joy variantlari turizm sanoatining turar joy kichik sektorini tashkil qiladi. Bunga mehmonxonalar, dam olish maskanlari, yotoqxonalar, dam olish uchun ijaraga beriladigan uylar, Airbnb va boshqalar kiradi. Mehmonxonalarning bandlik darajasi ko'rsatkichi ushbu kichik sektordagi o'zgarishlarni kuzatib borish uchun eng yaxshi ko'rsatkichdir, chunki butun dunyo bo'ylab qariyb 750 000 ta mehmonxona va dam olish maskanlari mavjud.

Iqtisodiy ta'sirga kelsak, kuzatib borish uchun eng yaxshi ko'rsatkich - bu mavjud xonaga to'g'ri keladigan daromad yoki RevPAR (Revenue Per Available Room - mavjud xonadan olinadigan daromad). RevPar 2022-yilda 93,27 dollarga yetdi, bu 2019-yilga nisbatan 8,1% ga o'sishdir. O'rtacha kunlik narx 13,6% ga oshdi, bu shu davr uchun 148,83 dollarni tashkil etadi.

Ushbu sektor tomonidan olinadigan daromad juda katta ta'sir ko'rsatadi. Mablag'lar yangi ish o'rinlarini yaratish, infratuzilmani rivojlantirish va mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirishga sarflanadi. Mahalliy jamoalar va hukumatlar ham turar joy ta'minotchilaridan yig'iladigan soliq va to'lovlardan foyda ko'rishadi.

Oziq-ovqat va ichimliklar turizmi sektori juda xilma-xil bo'lib, nafaqat restoran va kafelarni, balki sayyohlar mahalliy oshpazlik an'analari va taomlarini sinab ko'rishlari mumkin bo'lgan turli xil ovqatlanish joylarini ham o'z ichiga oladi.

Yaqinda o'tkazilgan eng keng qamrovli tadqiqotlardan biri 50 000 dan ortiq sayohatchilarning ma'lumotlarini o'z ichiga olgan bo'lib, natijada sayohatchilarning 64 foizi

⁵ <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2025.23.1>.

sayohat qarorlarini o'z manzillarida mavjud bo'lgan oziq-ovqat va ichimliklarga asoslashlari aniqlangan.

Milliy restoranlar assotsiatsiyasi tadqiqotiga ko'ra, sayohatchilar va tashrif buyuruvchilar uchun ajoyib ovqatlanish segmentidagi savdo 41% ga kamaygan. Biroq, restoran sanoatining umumiy savdosi 2030-yilga kelib 1,2 trillion dollarga yetishi prognoz qilinmoqda va sayohatchilarning xaridlari bu ijobiy rivojlanishga sezilarli hissa qo'shadi. Oziq-ovqat turizmi bozori 2027-yilga kelib 1 796,5 milliard dollarga yetishi prognoz qilinmoqda, bu 2022-yilda uning hajmi 1 116,7 milliard dollarni tashkil etganini hisobga olsak, 16,8% o'sishni anglatadi.

Turizmga oziq-ovqat va ichimliklarning iqtisodiy ta'sirining ikki tomoni bor. Birinchidan, bu ko'proq to'g'ridan-to'g'ri daromad olishga yordam beradi, ikkinchidan, oshpazlik tadbirkorligini rivojlantiradi va qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat ishlab chiqarish sohalarini sezilarli darajada rivojlantirishi mumkin. Shuningdek, bu ko'proq ish o'rinlarini yaratishga yordam beradi.

Sayyohlik agentliklari va tur operatorlari vositachilar sifatida ixtisoslashgan sayyohlik brendlaridir. Hozirgi kunda Onlayn sayyohlik agentliklari (OTA) sohada ustunlik qilmoqda. Onlayn sayyohlik agentliklari yoki OTAlar hozirda bu sohada ustunlik qilmoqda. 2022-yilda onlayn global sayyohlik bozori hajmi 475 milliard dollarga yetdi va 2030-yilga kelib bir trillion AQSh dollaridan oshishi prognoz qilinmoqda. Booking.com, Trip.com va Expedia kabi eng muhim o'yinchilarni o'z ichiga olgan OTAlar umumiy bozorning 40% dan ortig'ini egalladi. 2025-yil holatiga ko'ra, Global Sayohat Agentligi Xizmatlarida 2 million kishi ish bilan ta'minlangan⁶.

Sayyohlik agentliklari, ham oflayn, ham onlayn, butun sayyohlik ekotizimining muhim qismlari hisoblanadi. Ularning ikkalasi ham butun sektorga hissa qo'shadi va umuman turizmni rivojlantiradi. Sayyohlik agentliklari boshqa sektorlar orqali iqtisodiy faollikni rag'batlantiradi, chunki ular sayyohlarni aslida manzillarga yo'naltirish uchun mas'uldirlar. Ular, shuningdek, yangi ish o'rinlari yaratishga, sayohatlardan qoniqishni oshirishga va biznesning takrorlanishini ta'minlashga yordam beradi.

Turoperator xizmatlari turistik mahsulotlarni ishlab chiqish, reklama qilish va/yoki sotishni o'z ichiga oladi. Bugungi kunda sayyohlik kompaniyasining mahsulot majmuasi raqobatbardosh kurashda samarali vosita hisoblanadi.

Bugungi bozorda turistlar bozor ishtirokchilariga turistik kompaniyaning zarur raqobatbardoshlik darajasini ta'minlaydigan mahsulot va xizmatlarni belgilab beradigan o'yin qoidalarini aytib berishadi⁷.

Turistik diqqatga sazovor joy - bu umuman olganda, turizm diqqatga sazovor joylarining asosiy vazifasi turistlarni ma'lum bir joyga jalb qilishdir. Bu tabiiy mo'jizalar

⁶ <https://www.ibisworld.com/global/employment/global-travel-agency-services/1620/>

⁷ Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 355 с.

va tarixiy joylardan tortib, muzeylar va madaniy yodgorliklargacha bo'lgan har qanday narsa bo'lishi mumkin.

Turistik diqqatga sazovor joylar ham sezilarli iqtisodiy ta'sirga ega. Ular yaqin atrofdagi ish o'rinlarini qo'llab-quvvatlaydi, mahalliy iqtisodiyotni rivojlantiradi va umumiy sayyohlik tajribasiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ular, shuningdek, ko'pincha tashrif buyuruvchilar sonini ko'paytiradigan birinchi raqamli omil hisoblanadi.

JST ma'lumotlariga ko'ra, turizm jahon iqtisodiyotiga jahon yalpi ichki mahsulotining 10,9 foizini tashkil qiladi. Butun dunyo bo'ylab sayohat qilayotgan odamlarga xizmat ko'rsatish turizm industriyasi va infratuzilmasining o'zagini tashkil etuvchi ko'plab turdosh tarmoqlardan yanada ko'proq mutaxassislarni talab qiladi. Turizmda 130 million kishi ishlaydi (har 15 kishidan biri).

2020-2025-yillar oralig'idagi besh yil ichida global turizmga band bo'lganlar soni o'rtacha 10,3% ga o'sdi.⁸

2025-yilda yilga sayohatlar soni 1,52 milliardga yetdi, bu 2024 yilga nisbatan 60 millionga ko'p, turizmdan tushumlar esa 1,9 trillion dollargacha oshdi bu 2024 yilga nisbatan 5 % ga oshgan⁹.

Eng yirik tarmoqlardan biri sifatida turizm vertikal sohasi barcha ish o'rinlarining 10 foizini yoki 333 millionni tashkil etadi. Barcha sohalar ish o'rinlarini yaratishga va global turizm bozorining 2,4 trillion dollarlik hajmiga hissa qo'shadi. So'nggi 5 yil ichida global turizm o'sdimi yoki pasaydimi? Global turizm bozor hajmi 2020 va 2025 yillar oralig'ida 13,8% yillik o'sish sur'atiga o'sdi.

Bugungi kunda turizm kuchli global sanoatdir. Ko'pgina mamlakatlarda turizm yalpi ichki mahsulotda muhim o'rin tutadi, qo'shimcha ish o'rinlari yaratiladi va aholi bandligini ta'minlaydi. Turizm transport, aloqa, qurilish va qishloq xo'jaligi kabi asosiy iqtisodiyot tarmoqlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi va shu bilan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning katalizatori bo'lib xizmat qiladi.

Turizmning valyuta tushumlari manbai sifatidagi ahamiyati va xalqaro aloqalar kengayishi muttasil ortib bormoqda.

Hozirgi kunda global mehmonxona va kurort sanoatida taxminan 10,5 million kishi ishlaydi.¹⁰

Global sayyohlik agentliklari xizmatlari sanoatining daromadi 2023-yilda 475 dollarga yetdi¹¹. AQShdagi sayyohlik agentliklari 402 835 kishini ish bilan ta'minlaydi. So'nggi 5 yil

⁸ <https://www.ibisworld.com/global/employment/global-tourism/2310/>

⁹ <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data#:~:text=The%20World%20Tourism%20Barometer%20by,Excerpt>

¹⁰ <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/hotel-industry-statistics#:~:text=About%2010.5%20million%20people%20are,global%20hotel%20and%20resort%20industry>

¹¹ <https://www.ibisworld.com/global/market-size/global-travel-agency-services/1620/#:~:text=The%20market%20size%2C%20measured%20by,is%20%24474.7bn%20in%202023>

ichida sayyohlik agentliklari sohasida ishlaydiganlar soni 12 foizga oshdi. Global miqyosda sayyohlik agentliklari taxminan 2 million kishini ish bilan ta'minlaydi¹².

Turizmning valyuta tushumlari manbai sifatidagi ahamiyati va xalqaro aloqalar kengayishi muttasil ortib bormoqda.

Turizm sektori rivojlanishi bilan birga bir qancha g'ofdk xam mavjud: Yoqilg'i narxining oshishi va uglerod chiqindilarini kamaytirish zarurati. Overtourism (ortiqcha turizm) va mehmonlar xavfsizligini ta'minlash. Onlayn platformalar bilan qattiq raqobat va shaxsiylashtirilgan xizmatlarga bo'lgan yuqori talab. Infratuzilmaning mavsumiylikka bog'liqligi va barqaror boshqaruv.

Turizm iqtisodiyotning turli tarmoqlari o'rtasidagi o'zaro hamkorlikka asoslangan murakkab tizimdir. Statistik ma'lumotlar va prognozlar shuni ko'rsatadiki, barcha sub-sektorlar yaqin kelajakda o'sishda davom etadi. Turizm nafaqat daromad manbai, balki transport, aloqa, qurilish va qishloq xo'jaligi kabi tarmoqlar uchun katalizator bo'lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Колесников А.М. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка туристских услуг / А.М. Колесников // Экономический вектор. - №3(10), 2017. – С. 36-41.
2. Сергеева, В. Ф. Сравнительная характеристика рекламно-информационного тура и других средств продвижения туристского продукта / В. Ф. Сергеева. // материалы VIII Междунар. науч. конф. - Казань: Молодой ученый, 2020. - С. 24-27. URL: <https://moluch.ru/conf/stud/archive/363/15651>
3. <https://lex.uz/docs/4428097?ONDATE=14.05.2024>
4. <https://ru.scribd.com/document/599447446/TOURISM-INDUSTRY-STRUCTURE-AND-COMPONENTS>
5. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2025.23.1>.
6. <https://www.ibisworld.com/global/employment/global-travel-agency-services/1620/>
7. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 355 с.
8. <https://www.ibisworld.com/global/employment/global-tourism/2310/>
9. <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data#:~:text=The%20World%20Tourism%20Barometer%20by,Excerpt>
10. <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/hotel-industry-statistics#:~:text=About%2010.5%20million%20people%20are,global%20hotel%20and%20Oresort%20industry>.

¹² <https://www.statista.com/statistics/1179124/global-travel-agency-sector-key-data/>

=====

11. <https://www.ibisworld.com/global/market-size/global-travel-agency-services/1620/#:~:text=The%20market%20size%2C%20measured%20by,is%20%24474.7bn%20in%202023>.

12. <https://www.statista.com/statistics/1179124/global-travel-agency-sector-key-data/>