

ICHKI TURIZMNI AYOLLARNI ISH BILAN TAMINLASHDAGI TA'SIRI

Bahtiyor Iskandarovich Ashurov

Samarkand Institute of Economics and Service

ashrovbakhtiyor89@gmail.com

Esanjon Xusen o'g'li Salimov

Samarkand Institute of Economics and Service

ehsalimov@mail.ru

ANNOTATSIYA

Ushbu tadqiqot mahalliy aholining ijtimoiy-demografikasi va jamoatchilikning aloqasi ularning turizm ta'siriga (iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy-madaniy ta'sirlar) ta'siriga ta'sir qilishi mumkinmi yoki yo'qmi, shuningdek, mahalliy turizm menejmentidan qoniqishlariga ta'sir etadimi-yo'qligini tekshiradi va shu yo'l orqali aholini ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamini asosan ayollarni ish bilan ta'minlashda turizmni ta'siri va rivojlantirish istiqbollari. Shu bilan birga, gender tengsizligiga olib keladigan asosiy masalalari muhokama qilinadi. Mahalliy aholi o'rtasida o'tkazilgan so'rov natijalariga ko'ra turizmga bo'lgan munosabatlar va ichki turpaketlar talablari baholandi.

Kalit so'zlar: ayollarni ish bilan ta'minlash, ichki turizmni iste'mol qilish, stereotiplar, turistik talab, aholining tushunchalari, ijtimoiy-demografik xususiyatlar.

EFFECTS OF DOMESTIC TOURISM ON EMPLOYMENT OF WOMEN

Bakhtiyor Iskandarovich Ashurov

Samarkand Institute of Economics and Service

ashrovbakhtiyor89@gmail.com

Esanjon Xusen ogli Salimov

Samarkand Institute of Economics and Service

ehsalimov@mail.ru

ABSTRACT

This study examines whether the socio-demographics of the local population and public relations can influence their impact on tourism (economic, environmental and socio-cultural impacts), as well as their satisfaction with local tourism management. -checks the impact and prospects of tourism in the employment of the

population in need of social protection, mainly women. At the same time, key issues leading to gender inequality will be discussed. According to a survey of local residents, the relationship with tourism and the requirements of domestic tour packages were assessed.

Keywords: women's employment, domestic tourism consumption, stereotypes, tourism demand, population perceptions, socio-demographic characteristics.

KIRISH

Turizmning istiqbolli rivojlantirish uchun [1,3,5,15], mahalliy qo'llab-quvvatlash [2,8,9,11] va mezbon jamoalarning qoniqishi haqida gap ketganda, aholining turizm ta'siri haqidagi tasavurlarini tushunishning ahamiyati katta [3,12,13,14]. Turizm rivojlantirish iqtisodiyotni yaxshilaydi , ko'proq tabiiy va madaniy diqqatga sazovor joylarni yaratadi va bu diqqatga sazovor joylarni himoya qilishga yordam beradi [4,8,16]. Bundan tashqari, turizm restoranlar va turar joy xizmatlarining o'sishiga olib keladi va ko'proq konsertlar,sayohat qilishni targ'ib qiluvchi dasturlar va ochiq havoda dam olish imkoniyatlarini yaratadi .

Jahon bankining hisobotlariga ko'ra, dunyo aholisining 61% norasmiy ish bilan band bo'lganlar, 52% ularning mehnatlari uchun to'lanadi va 26% insoniyatning kambag'al yoki juda kambag'al qismidan iborat (XMT, 2019, pp.) 5-6). Ushbu raqamlar odamlarning kam ish bilan ta'minlanganligidan dalolat beradi va dunyo aholisi bo'yicha tengsizlik to'g'risida ogohlantiradi.Turizm dunyoning ko'plab mamlakatlari uchun muhim daromad manbai sifatida qaraladi. Turizm sohasi dunyo YaIMning 10,4 foizini ishlab chiqardi va 2018 yilda 319 million ish bilan ta'minlandi (WTTC, 2019). Ushbu raqamlar turizmning dunyo iqtisodiyoti uchun naqadar muhimligini ko'rsatadi. Bu nafaqat global biznes sifatida, balki jamiyatning zaif qatlamlari, masalan, ayollar, nogironlar va boshqalar uchun muhim daromad manbai sifatida qaraladi. Bizning fikrimizga ko'ra, ushbu tadqiqot sayyohlik rahbarlariga turizmning mahalliy hamjamiyatga ta'sirini boshqarish va sog'lom muhitini yaratishda mahalliy hamjamiyatga ta'sirini o'rganish va barqaror turizmni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlovchi muhim omillarga oydinlik kiritishga qaratilgan.

Turizm sohasidagi ishchi kuchining katta qismini ayollar tashkil etadi. Turizm sohasida ish bilan band bo'lganlarning taxminan 54% dunyo bo'ylab ayollarga to'g'ri keladi (UNWTO, 2019). Ayollarning ishsizligi O'zbekistondagi muhim masalalardan biridir. Nisbatan katta miqdordagi ayollar oliy o'quv yurtlarini bitirgan bo'lsalar ham, dastlabki besh yil ichida faqat kichik bir qismi ish bilan ta'minlanadi (Boltaboev M. va boshq, 2016). Ko'pchilik turmushga chiqadi va bolalarni parvarish qilish yoki uy

ishlarida qatnashadi (Boltaboev M. va boshqalar, 2016). Ushbu passiv mehnat ishtiroki islom madaniyati yoki patriarxal gender tizimiga tegishli bo'lishi mumkin

Musulmon jamiyatlari tadqiqotchilari[15,16] "klassik patriarxat kamari" deb nomlangan ma'lumotlar mavjud. Ushbu patriarxal kamar Shimoliy Afrikadan, Yaqin Sharq bo'ylab Janubiy va Sharqiy Osiyoga qadar cho'zilgan (Kolduell C., 1982). Demak, Markaziy Osiyo, ya'ni O'zbekiston ham ushbu kamarning bir qismidir. Belbog ' erkaklar hukmronligi, erta turmush qurish, o'g'il bolalarga ustunlik berish, ayollarga nisbatan cheklovchi xatti-harakatlar qoidalari va oila sharafini ayol fazilati bilan birlashishi bilan ajralib turadi (Kongress kutubxonasi, 2005). Biz o'zbek jamiyatida keng tarqalgan beshta patriarxal stereotiplarni ta'riflaymiz .

1. Agar qizi odob-axloq qoidalariga rioya qilmasa, oilaning sharafiga putur etkazadi.
2. Qizi ota-onasining roziligisiz oila qurmaydi.
3. Ayollar an'anaviy ravishda "ayol" kasblarida ishlashlari kerak (maktab o'qituvchisi, enaga, tikuvchi, tibbiyot shifokori va boshqalar).
4. Ayollar erkaklarnikidan kam daromad olishlari va oilaviy masalalarda ko'proq vaqt sarflashlari kutilmoqda.
5. Erkak birodarlariga qaraganda ayollar meros olishning ustuvorligi kamroq.

Besh patriarxal stereotip ko'p jihatdan ayollarni, ayniqsa, "erkaklar" ning o'ziga xos sohalarida yuqori lavozimlarga ega bo'lishlarini cheklaydi. Bizning fikrimizcha, ushbu stereotiplar gender tengsizligining asosiy sababi hisoblanadi. Yaxshiyamki, "ayol" o'ziga xos kasblar mavjud, bu erda ayollar o'zlarini erkin his qilishadi va o'zlarining martabalarida o'sish uchun ko'proq imkoniyatlarga ega. Sayyohlik infratuzilmasida ishlaydigan ko'plab ayol gidlar va ovqatlanish xodimlari tufayli turizm ham "ayol" soha sifatida qaraladi.

Xususan, ushbu tadqiqot ichki turizm ayollarning bandlik darajasiga katta ta'sir ko'rsatishi o'rganildi. Ushbu taxminni tasdiqlash uchun biz OLS (oddiy eng kichik kvadratlar) tahlilini amalga oshirdik.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Pritchard A. va Morgan NJ (2000) gender turistik landshaftlar kontseptsiyasini ishlab chiqdilar va patriarxat, shahvoniylik va turizmni targ'ib qilish o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni muhokama qildilar. Santos L., Varejao J. (2007) Portugaliyaning sayyohlik mehnat bozoridagi jinsdagi ish haqi farqini tahlil qildilar. Klarsfeld A. va boshqalar (2014) 14 mamlakatda globallashuv sharoitida tenglik va xilma-xillik masalalarini tahlil qildilar. Aynalem S. va boshq (2016) turli xil adabiyotlar va xalqaro tashkilotlarning turizm sohasida bandlik bilan bog'liq hisobotlarini o'rganadilar va turizm sohasining bandligini muhokama qiladilar. O'zbek

iqtisodchilari Boltaboev M. va boshqalar (2016) turizm sohasida bandlik masalalarini o'rganib chiqishdi va Alrwajfah M. va boshqalar (2020) musulmon rivojlanayotgan mamlakatlarda turizm sohasida ishlaydigan ayollar duch keladigan qiyinchiliklarni ta'kidladilar.

Chjan, J .; Inbakaran, RJ; Jekson, MS shahar va qishloq chegarasida mintaqada turistik va mezbon-mehmonlarning o'zaro munosabatlariga jamoatchilik munosabatlarini tushunchalari o'rganilgan.(2006)

Latkova, P .; Vogt, C. Qishloq jamoalarida mavjud va kelajakdagi turizmni rivojlantirishga aholining munosabati tushunchalari haqida ma'lumotlar berilgan.(2012)

Ribeyro, MA; Pinto, P .; Silva, JA; Woosnam, KM rezidentlarining munosabati va turistik xatti-harakatlarni qabul qilish, borasidagi tushunchalarni rivojlanayotgan mamlakatlar misolida tasavurlar tushuntirilgan.(2017)

Ko, DW; Styuart, WP Turizmni rivojlantirishga aholining munosabatining tarkibiy tenglama modeli orqali tasavurlar keltirilgan (2002)

Jurovskiy, C .; Gursoy, D. Aholining turizmga bo'lgan munosabatiga masofaviy ta'sirlar natijalari o'rganilgan. (2004)

Madrigal, R. shaharlarda turizm haqidagi tushunchalar yoritilgan. (1993)

Gursoy, D .; Chi, CG; Dyer, P. Mahalliy aholining ommaviy va muqobil turizmga munosabati o'rganilgan.(2010)

Vargas-Sanches, A .; Porras-Bueno, N .; de los Angeles Plaza-Mejía, M. Aholining turizm va mavsumga munosabati o'rganilgan (2014)

Sharma, B .; Dyer, P. Aholining turizmga aloqadorligi va ularning turizmga ta'siri haqidagi tasavvurlari tushuntirilgan.(2009)

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Namuna olish va ma'lumotlar yig'ish

Aholini tushunchalari turizmga ta'sirini quyidagi omillar asosida yaratilgan gipotezalar orqali tahlil qilish mumkin.

Jamiyat birikmasi

Jamiyat bilan bog'lanish aholining tushunchalariga ta'sir qiladi, shu jumladan O'zbekiston hududining eng ko'p sayyohlar tashrif buyuradigan mintaqalari masalan Samarqand, Buxoro va Xorazim mintaqalarida olib borilgan tadqiqotlar quyidagi xulosalar kelib chiqadi.

- *Qo'shilish darajasi va turistik ta'sirlar o'rtasida ijobiy bog'liqlik mavjud.*

- *Qo'shilish darajasi va turizmning sezilayotgan salbiy ta'siri o'rtasida ijobiy bog'liqlik mavjud.*

Turistik zonadan masofa

Turistik zonalardan masofaning sezilayotgan turistik ta'sirdagi roli bir nechta tadqiqotlarda hisobga olingan (masalan, [5 , 9]).Turizmni rivojlantirishning yanada qulay istiqbollari sayyohlik markazi yaqinida yashovchilar tomonidan ko'rsatiladi. Demak quyidagi fikrlarni bildirish mumkin.

- *Turistik zonalardan uzoqligi va qabul qilingan ijobiy turizm ta'siri o'rtasida salbiy bog'liqlik mavjud.*

- *Turistik zonalardan uzoqligi va sezilayotgan turizm ta'sirlari o'rtasida ijobiy bog'liqlik mavjud.*

Jins

Mintaqalarda o'tkazilgan tadqiqotda, erkaklar ayollarga qaraganda ko'proq turizm rivojlanishi ko'proq ijobiy ta'sirlarni qabul qilishadi. Bundan tashqari, ayollarning turizm rivojlanishiga nisbatan erkaklarga qaraganda ko'proq salbiy qarashlari borligini aniqladilar. Shunday qilib, quyidagi farazlarni keltirish mumkini:

- *Ayollar turizmning ijobiy ta'siriga nisbatan erkaklarnikiga qaraganda unchalik umidvor emaslar.*

- *Erkaklarga qaraganda ayollarni turizmning salbiy ta'siri ko'proq tashvishga solmoqda.*

Yoshi

Yosh rezidentlar iqtisodiy turizm ta'siriga nisbatan ko'proq optimistikdir. Ular turizm sohasini ishlash uchun imkoniyat deb bilishadi, keksa aholining tushunchalari unchalik ijobiy emasligi aniqladi. Quyidagi tadiqlarni keltirish mumkin:

- *Yosh va turizmning ijobiy ta'sirlari o'rtasida salbiy munosabatlar mavjud.*

- *Turizmning yoshi va sezilayotgan salbiy ta'siri o'rtasida salbiy bog'liqlik mavjud.*

Turizm bilan bog'liq ish joylari

Ko'pgina tadqiqotlar sayyohlikda ishlash tajribasining ahamiyatini va ushbu omil turizm rivojlanishining ijobiy va salbiy ta'sirini qanday bashorat qilishi mumkinligini o'rganib chiqdi (masalan, [7]). Aksincha, boshqalari buning aksini bildirishdi [13]. Bundan, quyidagi farazlarni tuzish mumkin:

- *Turizm bilan bog'liq ish bilan shug'ullanadigan aholi ko'proq ijobiy turizm ta'sirini sezadilar.*

- *Turizm bilan bog'liq ish bilan shug'ullanadigan aholi kamroq sayyohlik*

ta'sirini sezadilar.

Ta'lim darajasi

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, oliy ma'lumotga ega fuqarolar turizm ta'sirini ijobiy qabul qilishadi. Aksincha oliy ma'lumotga ega bo'lmagan aholining turizmdan iqtisodiy foyda olish imkoniyatlarining kamligi natijasida bo'lishi mumkin. Tadqiqotlar shuni aniqladiki, aholining bilim darajasi qancha ko'p bo'lsa, ular shunchalik ijobiy ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy ta'sirlarni qabul qiladilar. Bundan tashqari, ma'lumotga ega bo'lmagan aholi sayyohlik rivoji va uning foydasini unchalik ijobiy emas deb bilishini ko'rsatdi. Shunga ko'ra, quyidagi gipotezalar shakllantirildi:

- *Ta'lim darajasi va turizmning sezilayotgan ijobiy ta'siri o'rtasida ijobiy bog'liqlik mavjud.*
- *Ta'lim darajasi va turizmning sezilayotgan salbiy ta'siri o'rtasida ijobiy bog'liqlik mavjud.*

Mahalliy boshqaruvdan qoniqish

Aholining qoniqishini o'rganish turizmni rivojlantirishning muvaffaqiyati uchun muhimdir, chunki bu turistik turg'un rivojlanishni baholash, turistlarning turistik ta'sirga bo'lgan munosabati va turizmni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlashga imkon beradi

Adabiyotlarda hukumatning turistik ta'sirlarni sezishdagi roli bilan bog'liq bir nechta tadqiqotlar mavjud [**6**]. Aholining turizm ta'sirlari haqidagi tushunchalari ularning ma'lum hayot sohalaridan qoniqishlariga va umuman hayotdan mamnun bo'lganlarga ta'sir qiladi. Shunga ko'ra, quyidagi gipotezalar shakllantirildi:

- *Turizmni rivojlantirishning afzalliklari mahalliy boshqaruvdan qoniqish hosil qilishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.*
- *Turizmni rivojlantirish xarajatlari mahalliy boshqaruvdan qoniqish hosil qilishiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.*

Tadqiqotning aholini turizmga bulgan munosabatiga doir ma'lumotlar kamida 18 yoshga to'lgan Samaqand, Buxoro va Xorazim mintaqalaridagi aholi orasidan to'plangan. Ilgari tilga olingan adabiyotlarni ko'rib chiqishdan va Amerika jamoatchilik fikrini o'rganish assotsiatsiyasi tomonidan o'rnatilgan axloq qoidalari va amaliyoti ishtirokidan so'ng [**10**], so'rovnoma ishlab chiqilgan. Ma'lumotlar yig'ish telegram mesenjiri, electron pochta manzili va shunga uxshash ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshirildi.

Samarqand, Buxoro va Xorazim mintaqalarida yashayotgan aholi o'rtasida besh madeldan iborat savolnoma tuzdik va bu savolnoma asosida aholini turizmga bo'lgan munosabati urganildi.

Yuqoridagi gipoteza, tasdiq va fikrlarga asoslangan holda biz ichki turizm ayollarni ish bilan ta'minlashdagi[15,16] ta'sirini baholash uchun quyidagi gipotezani tanladik.

Nol gipoteza: H_0 - ichki turizmni tahlil qilish ayollarning bandlik darajasiga ta'sir qiladi.

Muqobil gipoteza: H_1 - ichki turizmni tahlil qilish ayollarning bandlik darajasiga ta'sir qilmaydi.

Ichki turizmni tahlil qilish- ayollarni ish bilan ta'minlashning o'zaro bog'liqligi. Ayollarni ish bilan ta'minlash va ichki turizmni tahlil qilish.

$$\ln(Y) = \ln(\delta + \beta X + \gamma)$$

δ – ushlar

X- ichki turizm iste'moli, milliard AQSh dollarida

Y- xizmat ko'rsatishda ayollarning bandligi, foiz

γ - xato muddati

β –Og'ish koeffitsenti

MS Excel yordamida chiziqli regressiya natijalari quyida keltirilgan.

Statistik parametrlar.

	<i>R squared</i>	<i>Coefficien ts</i>	<i>Standard error</i>	<i>t-statistics</i>	<i>P-value</i>
Bog'lanish	0,97	38,33166	0,645144	57,88	0,000
Ichki turizm istemoli, milliard AQSH dollarida		40,30478	1,644099	21,98	0,000

Ikkala tutish va mustaqil o'zgaruvchining p qiymatlari nolga teng bo'lgani uchun, parametrlar statistik jihatdan ahamiyatli deb ayta olamiz. Shu bilan birga, R kvadrati juda yuqori, ya'ni ichki turizmni tahlil qilish ayollarning xizmatlarda bandlik darajasi 97% o'zgarishini tushuntiradi. Umuman olganda, biz modelimizni quyidagi tarzda yozamiz:

$$\ln(Y) = \ln(0,38 + 40,3 * X)$$

Ya'ni, ichki turizm iste'molining bir milliard dollar o'sishi ayollarning bandligi 40,3 foizga o'sishi bilan birga keladi. Masalan, ichki sayyohlikning 100 million dollarlik qo'shimcha iste'moli ayollarning bandlik darajasi 4 foizga o'sishiga olib keladi.

Aholini ichki turizmga bo'lgan talabini tahlil qilish.

Barqaror turizm sanoatining barcha sohalarda, shu jumladan viloyatlarda muvaffaqiyat qozonishning muhim omillaridan biri bu jamiyat a'zolarini qo'llab-quvvatlashidir. Ichki turizm talabini baholash uchun biz Samarqand, Buxoro va Xorazim viloyatlarida yashovchi 1200 erkak va 1200 ayolga yuqoridagi xulosalardan kelib chiqib so'rovnoma yubordik. Biroq, 2400 dan atigi 1150 kishi anonim so'rovnomaga javob berdi. So'rovni amalga oshirish uchun biz elektron pochta xabarlari va Telegram messenjeridan foydalanganmiz.

Ichki turizmga bo'lgan talabni o'rganish natijalari

Savollar	Tanlovlar	Javoblar soni (qatnashuvchilarning umumiy soni:1150)	Foizda (yaxlitlangan)
Jins	Ayollar	242	21%
	erkak	908	79%
Yosh	18 dan 24 gacha	150	13%
	24 dan 30 gacha	333	29%
	30 dan 36 gacha	391	34%
	36 dan yuqori	276	24%
Jamiyatdagi ijtimoiy holati	talaba	80	7%
	Ishsiz	139	12%
	Nafaqaxo'r	23	2%
	Ish bilan ta'minlangan	908	79%
Ma'lumot darajasi	Oliy ma'lumot	828	72%
	O'rta maxsus ishsiz(kollej)	299	26%
	O'rta maktab	23	2%
Oilali	Yes	943	82%
	No	207	18%
Jamiyatda egallab turgan kasbiy faoliyati	Agronom	34	3%
	Zargar	23	2%
	Auditir	184	16%
	Iqtisodchi	253	22%
	O'qituvchi	218	19%

			1%
	Quruvchi	10	
	Sartarosh	4	0%
	Tibbiyot shifokori	10	1%
	Hamshira	12	1%
	Boshqalar	402	35%
Sizda dunyo kezish istagi bormi	Yes	1035	90%
	No	115	10%
Ish faoliyatiz davomida oladigan daromadiz	60 dollardan kam	46	4%
	100 dollardan kam	92	8%
	200 dan 300 dollargacha	149	13%
	300 dan 400 dollargacha	104	9%
	400 dan 500 dollargacha	46	4%
	500 dollardan yuqori	713	62%
Oylik daromadiz o'z ixtiyojlaringizni qondiradimi	Yes	437	38%
	No	414	36%
	Ba'zan	299	26%
Turoperatorlar taklif qilayotgan xizmatlarga munosabatiz	Ha	322	28%
	Yo'q	943	82%
Agar ha b'lsa, maqul tomonlari	sifatli xizmat	380	33%
	narxlarni pastli	115	10%
	qondirish uchun	230	20%
	mos keladigan mablag'	425	37%
Agar yo'q bo'lsa, buning sababi nima	past sifatli xizmat	218	19%
	narxlarni yuqoriligi	449	39%
	ko'rsatayotgan xizmat mening ehtiyojlarimni qoniqtirmaydi	103	9%
	mening oladigan daromadimga to'g'ri kelmaydi	380	33%
Turoperatorlar ko'rsatadigan xizmatlar daromadizga mos keladigan bo'lsa, sayohatga chiqasizmi	Yes	1030	90%
	No	120	10%
Siz qanday turizm yo'nalishlarini tanlagan bo'lar edingiz	Ekoturizm	320	28%
	Etnik turizm	23	2%
	Madaniy meros turizmi	329	29%

	Ovchilik turizm	120	10%
	boshqalar	358	31%

Afsuski, so'rovda ayollar passiv ishtirok etishdi va respondentlarning aksariyati (79%) erkaklar edi. So'rovda yuqori ma'lumotli, daromadi 500 dollardan yuqori bo'lgan, turmush qurgan odamlar faolroq qatnashgani aniq. Turpaketlarning narxi maqbulmi yoki yo'qmi degan savolga qatnashuvchilarning aksariyati (82%) salbiy javob berishdi. Bunga mahalliy turoperatorlar va agentlar tomonidan taqdim etilgan turpaketlarning nisbatan yuqori narxlari sabab bo'lgan. Agar odamlar narxlar ularning daromadlariga to'g'ri keladigan bo'lsa, odamlar sayohatga borishni xohlaydilar degan savolga ko'pchilik ijobiy javob berishdi.

Shunday qilib, kutilganidek, bizning so'rovimiz natijalari shuni ko'rsatdiki, mahalliy turpaketlarga bo'lgan talabning pastligi aholining kam daromadliligi bilan bog'liq. Qizig'i shundaki, koopchilik qatnashuvchilar ekologik (29%) va madaniy meros (30%) turpaketlarini tanlashlarini ta'kidladilar.

Yuqorida keltirilgan faktlar aholining farovonligi mamlakat ichida sayohat qilishga qaror qilishda eng ta'sirchan omil ekanligini anglatadi. Shuningdek, ekoturizm saytlarini, istirohat bog'larini va boshqa ko'ngil ochish joylarini rivojlantirishga alohida e'tibor berilishi kerak.

XULOSA

Olingan natijalar asosida ichki turizmni tahlil qilish ayollarning xizmat ko'rsatishda bandligiga sezilarli ta'sir qiladi degan xulosaga keldik. Boshqacha qilib aytganda, qancha ko'p odamlar sayohat qilsalar va turizmga mablag ' sarf qilsalar, shuncha ko'p ayollar ish bilan ta'minlanadilar. Shuning uchun biz O'zbekistonda turizmni rivojlantirish uchun quyidagi choralarni ko'rishni taklif qilamiz:

1. Samarqand, Buxoro va Xorazim shaharlarida o'ziga xos turizm infratuzilmasini qurish.
2. Korrupsiyaga qarshi ayovsiz kurash.
3. Turizm infratuzilmasiga ko'proq byudjet mablag'larini sarflang va ko'proq to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish.
4. Mahalliy aholini mamlakat bo'ylab sayohat qilishni rag'batlantirish: ko'rgazmalar, shoular, konsertlar va hk.
5. Besh umumiy patriarxal stereotiplarni o'zgartirish bo'yicha uzoq muddatli strategiyani ishlab chiqish..
6. Respublikada turistik salohiyatga ega viloyatlar shahar tuzilishini takomillashtirishda jahon tajribasini qullash

7. Aholini ishsiz qatlami orasida ayollarni ish bilan ta'minlashda yuzaga keladigan

Tusiqlarni urganish, va yechimini topish

8. Turizm sohasini rivojlantirishda yashirin iqtisodiyotni ta'sirini kamaytirish choralarini ishlab chiqish.

Bizning fikrimizcha, turizm bu sohadir, bu erda ayollar va boshqa zaif guruhlar boshqa sohalarga qaraganda tengroqdir. Bundan tashqari, soha shaxsiy ijtimoiy farovonlik va madaniy integratsiyada muhim rol o'ynaydi. Shu munosabat bilan ichki turizmni ijtimoiy transformatsiya vositasi deb hisoblash mumkin.

REFERENCES

1. Chjan, J .; Inbakaran, RJ; Jekson, MS shahar va qishloq chegarasida mintaqada turistik va mezbbon-mehmonlarning o'zaro munosabatlariga jamoatchilik munosabatlarini tushunish. *Tur. Geogr.* **2006** , 8 , 182-204.
2. Latkova, P .; Vogt, C. Qishloq jamoalarida mavjud va kelajakdagi turizmni rivojlantirishga aholining munosabati. *J. Sayyohlik rez.* **2012** , 51 , 50-67.
3. Ribeyro, MA; Pinto, P .; Silva, JA; Woosnam, KM rezidentlarining munosabati va turistik xatti-harakatlarni qabul qilish: Rivojlanayotgan orol mamlakatlari misolida. *Tur. Menejment.* **2017** , 61 , 523-537.
4. Ko, DW; Styuart, WP Turizmni rivojlantirishga aholining munosabatining tarkibiy tenglama modeli. *Tur. Menejment.* **2002** , 23 , 521-530. Jurovskiy, C .; Gursoy, D. Aholining turizmga bo'lgan munosabatiga masofaviy ta'sir. *Ann. Tur. Res.* **2004** , 31 , 296-312.
5. Madrigal, R. Ikki shaharda turizm haqidagi ertak. *Ann. Tur. Res.* **1993** , 20 , 336-353.
6. Vargas-Sanches, A .; Porras-Bueno, N .; de los Ángeles Plaza-Mejía, M. Aholining turizm va mavsumga munosabati. *J. Sayyohlik rez.* **2014** , 53 , 581-596.
7. Sharma, B .; Dyer, P. Aholining turizmga aloqadorligi va ularning turizmga ta'siri haqidagi tasavvurlari. *Dastgoh. Int. J.* **2009** , 16 , 351-371 Amerika jamoatchilik fikrini o'rganish assotsiatsiyasi (AAPOR). Onlayn mavjud: <https://www.aapor.org/> (kirish 2018 yil 10-dekabr).
8. Tabachnik, B .; Fidell, L. *Ko'p o'zgaruvchan statistikadan foydalanish* , 5-nashr; Allin va Bekon: Needham Heights, MA, AQSh, 2006.
9. Stilidis, D .; Terzidou, M. Turizm va Gretsiyaning Kavala shahridagi iqtisodiy inqiroz. *Ann. Tur. Res.* **2014** , 44 , 210-226.

10. Pritchard A., Morgan N.J. (2000) Privileging the male gaze: Gendered tourism landscapes. Vol 27, issue 4, pp. 884-905;
11. Santos L.D., Varejao J. (2007) Employment, pay and discrimination in the tourism industry. *Tourism economics*. Vol. 13 Issue 2, pp.225-240
12. Klarsfeld A., Booyesen L.A.E, Ng E., Roper I., Tatli A..(2014) Book: Introduction: equality and diversity in 14 countries-analysis and summary. Edward Elgar Publishing;
13. Aynalem S., Birhanu K., Tesefay S. (2016) Employment opportunities and challenges in tourism and hospitality sectors *Journal of Tourism & Hospitality*. Vol. 5, Issue 6.
14. Boltaboev M., Tukhliev I, Safarov B. (2016) “*Tourism: theory, and practice*”.Tashkent: O’zbekiston nashriyoti.
15. Alrwajfah M.M. , Garcia F.A., Cortes-Marcias R. (2020) Females’ perspective on tourism’s impact and their employment in the sector: The case of Petra, Jordan. *Sustainable Tourism and Hospitality Management*. 11(7), <https://doi.org/10.3390/su11071907>
16. Mustafoyev, G.S. (2020) "THE IMPACT OF INTERNAL TOURISM CONSUMPTION ON FEMALE EMPLOYMENT, AND TOURISM DEMAND ANALYSIS (CASE OF UZBEKISTAN)," *Economics and Innovative Technologies*: Vol. 2020 : No. 3 , Article 3.