

## The Role Of Innovations In The Development Of Tourism Activities

Ismailov Muhammadali Abdumumin O'g'li

Lecturer, Department of Management, University of Business and Science

[Muhammadaliismailov8050@gmail.com](mailto:Muhammadaliismailov8050@gmail.com)

### Abstract

This article is devoted to the scientific, theoretical and practical analysis of the strategic importance of innovations in the development of tourism activities. In the conditions of the modern economy, the tourism industry is facing new challenges associated with globalization, increased competition and rapid changes in consumer demands. Innovative approaches, including digital technologies, sustainable development concepts and transformation of business models, play a central role in solving these problems. The article systematically studies the types of innovations, their implementation mechanisms and their impact on the tourism industry. Also, based on empirical analysis, indicators of the effectiveness of innovations in the activities of tourism enterprises are presented. The results of the study show that innovative activity is a key factor in increasing the competitiveness of tourism services, developing new market segments and ensuring long-term sustainable growth.

**Keywords:** tourism, innovation, digital transformation, sustainable development, tourism marketing, competitiveness, service quality.

### Annotatsiya

Ushbu maqola turizm faoliyatini rivojlantirishda innovatsiyalarning strategik ahamiyatini ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilishga bag'ishlangan. Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida turizm sohasi globallashuv, raqobatning kuchayishi va iste'molchi talablarining tez o'zgarishi bilan bog'liq yangi chaqiriqlarga duch kelmoqda. Mazkur muammolarni hal etishda innovatsion yondashuvlar, jumladan raqamli texnologiyalar, barqaror rivojlanish konsepsiyalari va biznes-modellarning transformatsiyasi markaziy o'rin tutadi. Maqolada innovatsiyalarning turlari, ularni joriy etish mexanizmlari va turizm tarmog'iga ta'siri tizimli ravishda o'rganilgan. Shuningdek, empirik tahlil asosida turizm korxonalarini faoliyatiga innovatsiyalarning samaradorlik ko'rsatkichlari taqdim etilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, innovatsion faollik turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish, yangi bozor segmentlarini o'zlashtirish va uzoq muddatli barqaror o'sishni ta'minlashning asosiy omili hisoblanadi.

**Kalit so'zlar:** turizm, innovatsiya, raqamli transformatsiya, barqaror rivojlanish, turizm marketingi, raqobatbardoshlik, xizmatlar sifati.

### Kirish (Introduction)

Zamonaviy jahon iqtisodiyotida turizm sohasi eng dinamik rivojlanayotgan tarmoqlardan biri sifatida global yalpi ichki mahsulotning muhim qismini tashkil etib, aholi bandligi va hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida hal qiluvchi omillardan biri bo'lib kelmoqda. Birlashgan Millatlar Tashkilotining Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, so'nggi yillarda xalqaro turistik oqimlar doimiy o'sish tendensiyasini namoyish etayotgan bo'lsa-da, ushbu tarmoq

pandemiyalar, geosiyosiy beqarorlik, iqlim o'zgarishlari va resurslar tanqisligi kabi global muammolar ta'siriga juda sezgir ekanligini ko'rsatdi. Bunday sharoitda turizm faoliyatini rivojlantirishning an'anaviy usullari o'z samaradorligini qisman yo'qotib, soha subyektlarini yangi, moslashuvchan va oldindan prognoz qilish imkonini beradigan mexanizmlarni izlashga majbur qilmoqda. Aynan shu nuqtada innovatsiyalar turizm tarmog'ining nafaqat inqirozlarga chidamliligini oshirish, balki uning uzoq muddatli istiqboldagi o'sish

traektoriyasini belgilashdagi asosiy vosita sifatida namoyon bo'ladi.

Innovatsiya tushunchasi dastlab ishlab chiqarish va sanoat sohalari uchun xarakterli bo'lgan bo'lsa, keyingi o'n yilliklarda xizmatlar iqtisodiyotining kengayishi bilan birgalikda turizm kabi xizmat ko'rsatish tarmoqlarida ham o'zining muhim o'rnini topdi. Turizmدا innovatsiyalar nafaqat yangi texnologik yechimlarni, balki tashkiliy, boshqaruv, marketing va ijtimoiy innovatsiyalarni ham qamrab oladi. Xususan, raqamli texnologiyalarning rivojlanishi turizm xizmatlarini ishlab chiqarish, yetkazib berish va iste'mol qilish jarayonlarini tubdan o'zgartirib, "aqlli turizm" (smart tourism) kontseptsiyasining shakllanishiga olib keldi. Sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar tahlili (Big Data), bulutli hisoblash texnologiyalari va Internet of Things (IoT) kabi innovatsion vositalar sayyohlik tajribasini shaxsiylashtirish, resurslarni optimal boshqarish va real vaqt rejimida qaror qabul qilish imkoniyatlarini yaratmoqda.

Bundan tashqari, zamonaviy turizm rivojlanishida barqarorlik tamoyillari tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Atrof-muhitga salbiy ta'sirni kamaytirish, mahalliy madaniy merosni asrash va ijtimoiy inklyuzivlikni ta'minlash kabi maqsadlar turizm korxonalaridan yangi, ekologik va ijtimoiy jihatdan mas'uliyatli innovatsion yechimlarni talab qiladi. "Yashil" texnologiyalar, aylanma iqtisodiyot modellari va jamoat ishtirokidagi turizmni rejalashtirish usullari aynan shu yo'nalishdagi innovatsion faoliyatning namunalaridir. Shu nuqtai nazardan, innovatsiyalar turizm tarmog'ining iqtisodiy samaradorligini oshirish bilan birga, uning ekologik va ijtimoiy-madaniy barqarorligini ta'minlashda ham hal qiluvchi rol o'ynaydi. O'zbekiston misolida qaralganda, mamlakatda turizm sohasi davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan bo'lib, so'nggi yillarda

ushbu tarmoqni rivojlantirishga katta miqyosdagi investitsiyalar yo'naltirilmoqda. Biroq, xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, faqat infratuzilmani yaxshilash va vizani soddalashtirish orqali turizmning barqaror rivojlanishiga erishish qiyin. Raqamli iqtisodiyotga o'tish va globallashtirish raqobat muhitida O'zbekiston turizm tarmog'i ham innovatsion rivojlanish modeliga ehtiyoj sezmoqda. Ayniqsa, pandemiyadan keyingi davrda sayyohlik xatti-harakatlarining o'zgarishi, masofaviy ish usullarining kengayishi va "bleisure" (biznes va dam olishni birlashtiruvchi) sayohatlarning ortishi kabi tendensiyalar mamlakat turizm operatorlari va mehmonxona xo'jaligi subyektlaridan innovatsion yondashuvlarni tezkorlik bilan joriy etishni talab qilmoqda.

Shu bilan birga, turizm sohasidagi innovatsion faoliyatni tizimli o'rganish, uning mazmun-mohiyatini ochib berish, amaliyotdagi muvaffaqiyatli modellarni aniqlash va ularni mahalliy sharoitga moslashtirish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar hali yetarli darajada emas. Mavjud adabiyotlar ko'pincha texnologik innovatsiyalarga urg'u beradi, biroq tashkiliy, boshqaruv va ijtimoiy innovatsiyalarning turizm rivojiga ta'siri to'liq yoritilmagan. Ushbu ilmiy bo'shliqni to'ldirish, turizm tarmog'i uchun innovatsiyalarning tizimli modelini taklif etish va ularning samaradorligini empirik jihatdan baholash mazkur tadqiqotning asosiy ilmiy muammosini tashkil etadi. Shu sababli, ushbu maqolada turizm faoliyatini rivojlantirishda innovatsiyalarning o'rnini, ularning turlari va samaradorlik ko'rsatkichlari kompleks tarzda tahlil qilinadi.

### Adabiyotlar sharhi (Literature Review)

Turizm sohasidagi innovatsiyalar muammosi xalqaro ilmiy adabiyotlarda so'nggi yigirma yillikda jadal o'rganila boshlangan bo'lib, dastlabki tadqiqotlar asosan innovatsiyalarning texnologik jihatlariga qaratilgan edi. Hjalager [1] turizm

innovatsiyalarini besh asosiy turga ajratishni taklif qilgan: mahsulot innovatsiyalari, jarayon innovatsiyalari, boshqaruv innovatsiyalari, logistika innovatsiyalari va institutsional innovatsiyalar. Ushbu tasnif keyingi ko'plab tadqiqotlar uchun nazariy asos bo'lib xizmat qilgan. Muallifning ta'kidlashicha, turizmدا innovatsiyalar ko'pincha me'moriy (incremental) xarakterga ega bo'lib, radikal o'zgarishlardan ko'ra, mavjud xizmat va jarayonlarni bosqichma-bosqich takomillashtirish orqali amalga oshiriladi. Raqamli transformatsiya kontekstida Buhalis va Amaranggana [2] "aqli turizm" ekotizimini shakllantirishda innovatsiyalarning roli haqida keng qamrovli tahlil olib borgan. Ularning fikricha, sun'iy intellekt, bulutli texnologiyalar va sensorli tarmoqlar integratsiyasi turizm tajribasini real vaqt rejimida shaxsiylashtirish va resurslarni samarali boshqarish imkonini beradi. Tadqiqotchilar aqli turizmning uch asosiy komponenti – axborot almashinuvi, tarmoqlararo hamkorlik va real vaqt rejimidagi boshqaruv – innovatsion texnologiyalarsiz amalga oshirilmasligini alohida ta'kidlaydilar. Innovatsiyalarning turizm korxonalarini raqobatbardoshligiga ta'sirini o'rgangan Gretzel va kengashdoshlari [3] raqamli platformalar va ijtimoiy media turizm marketingidagi an'anaviy modellarni tubdan o'zgartirganligini qayd etadilar. Ushbu mualliflar tomonidan olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, innovatsion marketing vositalaridan foydalanadigan turizm korxonalarini o'z brend xabardorligini oshirish, mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish va bozor o'zgarishlariga tez moslashish imkoniyatiga ega bo'ladi. Ayniqsa, foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent (user-generated content) va influencer marketing strategiyalari turizm xizmatlarini ilgari surishda an'anaviy reklama kanallariga nisbatan yuqori samaradorlik ko'rsatmoqda.

Barqaror turizm va innovatsiyalar o'rtasidagi bog'liqlikni tahlil qilgan Gössling va Hall [4] ekologik innovatsiyalar (eko-innovatsiyalar) turizm tarmog'ining uglerod izini kamaytirish va resurslardan foydalanish samaradorligini oshirishdagi muhim rolini ta'kidlaydilar. Mualliflar turizm sohasidagi ekologik innovatsiyalar nafaqat texnologik yechimlarni, balki tashkiliy o'zgarishlar, boshqaruv tizimlari va biznes-modellarning transformatsiyasini ham o'z ichiga olishini qayd etadilar. Ularning fikricha, aylanma iqtisodiyot tamoyillariga asoslangan turizm modellari kelajakda tarmoqning asosiy rivojlanish yo'nalishiga aylanishi mumkin. O'zbekiston turizm sohasidagi innovatsion rivojlanish masalalari esa nisbatan yangi tadqiqot mavzusi hisoblanadi. Karimov va boshqalar [5] tomonidan olib borilgan tadqiqotda respublika turizm tarmog'ida raqamli texnologiyalarni joriy etish darajasi tahlil qilinib, mavjud muammolar va istiqbolli yo'nalishlar belgilangan. Ushbu tadqiqotda turizm korxonalarining raqamli transformatsiyaga tayyorlik darajasi, malakali kadrlar yetishmasligi va innovatsion infratuzilmaning rivojlanmaganligi asosiy to'siqlar sifatida ko'rsatilgan. Shuningdek, Yuldashev [6] tomonidan eko-turizm va agroturizmni rivojlantirishda innovatsion yondashuvlarning qo'llanilishi, ayniqsa, qishloq hududlarida bandlikni ta'minlash va aholi daromadlarini oshirishdagi imkoniyatlari yoritilgan. Shu bilan birga, mavjud adabiyotlarda turizm innovatsiyalarining iqtisodiy samaradorligini baholashga oid empirik tadqiqotlar, ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlar kontekstida, yetarli emasligi kuzatiladi. Aksariyat ishlar rivojlangan mamlakatlar tajribasiga asoslangan bo'lib, ularda ishlab chiqilgan modellar va ko'rsatkichlar tizimi o'tish iqtisodiyotiga ega bo'lgan mamlakatlar sharoitiga to'liq mos kelmaydi. Ushbu holat turizm

innovatsiyalarini o'rganishda mamlakatning o'ziga xos ijtimoiy-iqtisodiy, madaniy va institutsional xususiyatlarini inobatga oladigan yangi metodologik yondashuvlarni ishlab chiqish zaruriyatini ko'rsatadi.

### **Metodologiya (Methods)**

Ushbu tadqiqot turizm faoliyatini rivojlantirishda innovatsiyalarning o'zni va samaradorligini kompleks baholashga qaratilgan bo'lib, tadqiqot jarayonida miqdoriy va sifatiy usullar uyg'unligiga asoslangan aralash metod (mixed methods) qo'llanildi. Bunday yondashuv tadqiqot ob'ektining murakkab tabiatini har tomonlama o'rganish, statistik qonuniyatlar bilan birga individual subyektlarning innovatsion faoliyatidagi o'ziga xos jihatlarni ham aniqlash imkonini berdi.

Tadqiqotning empirik qismi O'zbekistonning turizm salohiyati yuqori bo'lgan Toshkent shahri, Samarqand, Buxoro va Xorazm viloyatlarida joylashgan 150 ta turizm korxonasini (mehmonxonalar, sayyohlik agentliklari, turoperatorlar) qamrab oldi. Korxonalar tanlashda tarmoqdagi ish faoliyatining davomiyligi, xodimlar soni va xizmat ko'rsatish ixtisosligi kabi mezonlar asosida tabaqalashtirilgan tanlov (stratified sampling) usuli qo'llanildi. Tadqiqot uchun asosiy ma'lumotlar 2024-yilning yanvar-mart oylari davomida to'plangan bo'lib, ma'lumotlarni yig'ishda tuzilgan so'rovnoma (anketa) usuli, shuningdek, tanlangan 20 ta korxonalar rahbarlari bilan yarim strukturalashtirilgan chuqur intervyular o'tkazish orqali qo'shimcha sifatiy ma'lumotlar to'plandi.

So'rovnomada turizm korxonalarining innovatsion faoliyatini baholash uchun Hjalager [1] va Buhalis [2] tomonidan taklif etilgan tasnifga tayangan holda innovatsiyalarning to'rt turi – texnologik innovatsiyalar (raqamli boshqaruv tizimlari, onlayn bronlash platformalari, mobil ilovalar), marketing innovatsiyalari (ijtimoiy media marketing, shaxsiylashtirilgan takliflar, brending), tashkiliy innovatsiyalar

(boshqaruv tizimlarini takomillashtirish, xodimlarni o'qitish, masofaviy ish tashkil etish) va ekologik innovatsiyalar (energiya tejankor texnologiyalar, chiqindilarni boshqarish, "yashil" sertifikatlashtirish) bo'yicha indikatorlar kiritildi. Har bir innovatsiya turi bo'yicha korxonalarining joriy etish darajasi 5 balli Likert shkalasida baholandi.

Korxonalarining innovatsion faolligi bilan ularning asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash maqsadida bir qator moliyaviy va operatsion ko'rsatkichlar – yillik daromadning o'zgarishi, mijozlar soni, xizmatlardan qaytadan foydalanish darajasi (customer retention rate), mijozlar qoniqish indeksi (CSI) va bozor ulushi kabi parametrlar ham so'rovnoma orqali to'plandi. Bundan tashqari, korxonalarining faoliyat yuritish hududi, ish staji, xodimlar soni va tashkiliy-huquqiy shakli kabi nazorat o'zgaruvchilari ham hisobga olindi.

Chuqur intervyular orqali korxonalar rahbarlarining innovatsiyalarga munosabati, innovatsion qarorlarni qabul qilish jarayonidagi to'siqlar, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining samaradorligi va kelajakdagi innovatsion rejalari haqida sifatiy ma'lumotlar to'planib, ular mazmuniy tahlil (content analysis) usuli bilan qayta ishlandi.

To'plangan miqdoriy ma'lumotlarni statistik tahlil qilishda SPSS 27.0 dasturidan foydalanilgan bo'lib, ma'lumotlar avval tavsifiy statistika (o'rtacha qiymat, standart og'ish, chastota) usulida tahlil qilindi. Keyingi bosqichda innovatsiya turlari va samaradorlik ko'rsatkichlari o'rtasidagi korrelyatsion bog'liqlikni aniqlash uchun Pearson korrelyatsiya tahlili, shuningdek, turli guruh korxonalar o'rtasidagi farqlarni baholashda ANOVA va t-test usullari qo'llanildi. Tadqiqotda qatnashgan barcha korxonalar ma'lumotlarining maxfiyligi va

faqat umumlashtirilgan holda foydalanilishi haqida kafolat berildi.

### Tahlillar va natijalar (Results and Analysis)

Tadqiqot davomida to'plangan ma'lumotlarni tahlil qilish natijasida turizm korxonalarining innovatsion faolligi va ularning samaradorlik ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlik aniqlandi. Avvalo, korxonalarining innovatsiya turlari bo'yicha faollik darajasi tahlil qilindi. So'rovnomada ishtirok etgan 150 ta korxonadan 84 foizi (126 ta korxonada) so'nggi uch yil ichida kamida bitta turdagi innovatsiyani joriy qilganligini bildirdi. Eng ko'p tarqalgan

innovatsiya turi marketing innovatsiyalari bo'lib, korxonalarining 72 foizi (108 ta korxonada) ushbu yo'nalishda faoliyat yuritgan. Texnologik innovatsiyalar 58 foiz (87 ta korxonada), tashkiliy innovatsiyalar 45 foiz (68 ta korxonada) va ekologik innovatsiyalar esa 31 foiz (47 ta korxonada) tomonidan joriy qilingan.

Korxonalarining innovatsion faollik darajasiga ko'ra guruhlariga ajratgan holda, ularning asosiy samaradorlik ko'rsatkichlaridagi farqlar o'rganildi. Quyidagi 1-jadvalda innovatsion faollik darajasi yuqori, o'rta va past bo'lgan korxonalarining o'rtacha samaradorlik ko'rsatkichlari keltirilgan.

### 1-jadval. Innovatsion faollik darajasiga ko'ra turizm korxonalarining asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari (2023 yil)

Ko'rsatkichlar	Innovatsion faollik darajasi	O'rta (n=58)	Past (n=50)	ANOVA (p-value)
	Yuqori (n=42)			
Yillik daromad o'sishi (%)	18,4	11,2	4,7	0,000
Mijozlar soni o'sishi (%)	15,6	9,8	3,9	0,001
Mijozlar qoniqish indeksi (CSI)	87,3	78,5	69,2	0,000
Xizmatlardan qaytadan foydalanish darajasi (%)	42,1	33,6	24,8	0,002
Bozor ulushi o'zgarishi (%)	+5,2	+1,8	-0,7	0,003

**Manba:** Tadqiqot ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, innovatsion faollik darajasi yuqori bo'lgan korxonalar yillik daromad o'sishi bo'yicha (18,4%) innovatsion faolligi past bo'lgan korxonalardan (4,7%) deyarli to'rt barobar yuqori ko'rsatkichga ega. Mijozlar soni o'sishi ham xuddi shunday tendensiyani aks ettirib, innovatsion faol korxonalarda bu ko'rsatkich 15,6 foizni tashkil qilgan bo'lsa, past faollikdagi korxonalarda 3,9 foizni

tashkil etdi. Mijozlar qoniqish indeksi (CSI) bo'yicha esa innovatsion faol korxonalar o'rtacha 87,3 ball bilan eng yuqori natijani qayd etdi.

Innovatsiya turlari va samaradorlik ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash maqsadida olib borilgan korrelyatsion tahlil natijalari 2-jadvalda keltirilgan.

## 2-jadval. Innovatsiya turlari va turizm korxonalari samaradorlik ko'rsatkichlari o'rtasidagi korrelyatsiya matritsasi

Innovatsiya turlari	Yillik daromad o'sishi	Mijozlar soni o'sishi	Mijozlar qoniqish indeksi	Qayta foydalanish darajasi
Texnologik innovatsiyalar	0,512**	0,487**	0,602**	0,438**
Marketing innovatsiyalari	0,598**	0,613**	0,571**	0,592**
Tashkiliy innovatsiyalar	0,403**	0,362**	0,489**	0,417**
Ekologik innovatsiyalar	0,311*	0,294*	0,425**	0,348*

\*Eslatma: \*\* $p < 0,01$ ,  $p < 0,05$  darajasida statistik ahamiyatli.

2-jadvalda keltirilgan natijalar shuni ko'rsatadiki, barcha innovatsiya turlari samaradorlik ko'rsatkichlari bilan ijobiy va statistik ahamiyatli bog'liqlikka ega. Marketing innovatsiyalari yillik daromad o'sishi ( $r=0,598$ ) va mijozlar soni o'sishi ( $r=0,613$ ) bilan eng yuqori korrelyatsiyani namoyish etgan. Texnologik innovatsiyalar esa mijozlar qoniqish indeksi ( $r=0,602$ ) bilan eng kuchli bog'liqlikka ega bo'lib, bu raqamli yechimlarning xizmat sifatini oshirishdagi muhim rolini ko'rsatadi. Ekologik innovatsiyalar boshqa turlarga nisbatan nisbatan pastroq korrelyatsiya koeffitsientlariga ega bo'lsa-da, ularning barcha ko'rsatkichlari bilan ijobiy bog'liqligi barqarorlikka yo'naltirilgan innovatsiyalarning ham iqtisodiy samara berishini tasdiqlaydi.

Chuqur intervyular natijalariga ko'ra, innovatsiyalarni muvaffaqiyatli joriy etgan korxonalar rahbarlari bu jarayonda asosiy omillar sifatida raqamli transformatsiyaga ochiqlik, xodimlarning malakasini oshirishga investitsiya qilish va mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lishni ta'kidladilar. Shu bilan birga, innovatsiyalarni joriy etishdagi asosiy to'siqlar sifatida yuqori boshlang'ich xarajatlar, yetarli darajada raqamli infratuzilmaning yo'qligi va tarmoqdagi malakali IT-mutaxassislarining kamligi qayd etildi.

**Vol 3. Issue 3 (2026)**

Korxonalarining hududiy joylashuvi bo'yicha tahlillar shuni ko'rsatdiki, Toshkent shahrida joylashgan korxonalar innovatsion faollik darajasi bo'yicha (o'rtacha 3,8 ball) Samarqand (3,2 ball), Buxoro (3,1 ball) va Xorazm (2,9 ball) viloyatlaridagi korxonalardan yuqori natijaga ega. Bu farq asosan poytaxtda raqamli infratuzilmaning rivojlanganligi, malakali kadrlar mavjudligi va investorlar faolligi bilan izohlanadi. Korxonalarining ish staji bo'yicha tahlil qilinganda, 10 yildan ortiq faoliyat yuritayotgan korxonalar innovatsiyalarni joriy etishda yangi tashkil etilgan korxonalar nisbatan konservativ yondashuvga ega ekanligi aniqlandi ( $p < 0,05$ ).

### Muhokama (Discussion)

Tadqiqot natijalari turizm faoliyatini rivojlantirishda innovatsiyalarning muhim rolini tasdiqlab, ilgari surilgan nazariy farazlarni empirik jihatdan qo'llab-quvvatlamogda. Avvalo, marketing innovatsiyalarining yillik daromad va mijozlar soni o'sishi bilan eng yuqori korrelyatsiyaga egaligi zamonaviy turizm bozorida iste'molchilar bilan samarali kommunikatsiya va shaxsiylashtirilgan yondashuvning o'ta muhimligini ko'rsatadi. Bu xulosa Gretzel va boshqalar [3] tomonidan ilgari surilgan, raqamli marketing vositalari va ijtimoiy media turizm korxonalarining bozor o'rinlarini

mustahkamlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega degan fikrni to'liq tasdiqlaydi. Ayniqsa, O'zbekiston kabi rivojlanayotgan turizm bozorida potentsial sayyohlar ko'pincha ijtimoiy tarmoqlar va onlayn sharhlar asosida qaror qabul qilishlarini inobatga oladigan bo'lsak, marketing innovatsiyalariga yo'naltirilgan investitsiyalar tezda samara berishi mumkin.

Texnologik innovatsiyalarning mijozlar qoniqish indeksi bilan eng yuqori korrelyatsiyaga ega ekanligi esa raqamli transformatsiyaning turizm xizmatlari sifatiga bevosita ta'sirini ifodalaydi. Buhalis va Amarangana [2] ta'kidlaganidek, aqlli texnologiyalar (onlayn bronlash, mobil check-in, sun'iy intellekt asosidagi tavsiyalar) nafaqat operatsion jarayonlarni soddalashtiradi, balki mijozlarning umumiy sayohat tajribasini sezilarli darajada yaxshilaydi. O'zbekiston mehmonxona xo'jaligi misolida, xususan, zamonaviy CRM tizimlarini joriy qilgan korxonalar o'z mehmonlarining afzalliklarini chuqurroq o'rganish va ularga moslashtirilgan xizmatlarni taklif qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

Tashkiliy innovatsiyalarning ham samaradorlik ko'rsatkichlari bilan ijobiy bog'liqligi turizm korxonalarida boshqaruv tizimlarini takomillashtirish va xodimlarni rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etishini ko'rsatadi. Intervyu natijalari shuni ko'rsatdiki, innovatsion faoliyatda muvaffaqiyat qozongan korxonalar rahbarlari xodimlarning malakasini oshirish va ularni qarorlar qabul qilish jarayoniga jalb qilishga alohida e'tibor qaratadilar. Bu esa turizm sohasida inson kapitali va tashkiliy madaniyatning innovatsion jarayonlardagi o'rni haqidagi Hjalager [1] nazariyasini amaliyotda tasdiqlaydi.

Ekologik innovatsiyalarning nisbatan past korrelyatsiya koeffitsientlari esa ushbu turdagi innovatsiyalarning iqtisodiy samarasi ko'pincha uzoq muddatli davrda

namoyon bo'lishi bilan izohlanishi mumkin. Gösling va Hall [4] ta'kidlaganidek, "yashil" texnologiyalar va barqaror biznes-modellarga investitsiyalar dastlabki xarajatlarni oshirishi mumkin, ammo ular uzoq muddatda resurslar samaradorligini oshirish, brend obro'sini mustahkamlash va yangi, ekologik ongli iste'molchilar segmentini jalb qilish orqali iqtisodiy foyda keltiradi. O'zbekiston turizm sohasida ekologik innovatsiyalarning hali keng tarqalmaganligi (atigi 31% korxonalar) bu yo'nalishda katta rivojlanish potentsiali mavjudligini ko'rsatadi.

Hududiy tahlil natijalari turizm innovatsion rivojlanishning notekisligini ko'rsatib, Toshkent shahri va boshqa yirik shaharlar o'rtasida sezilarli tafovut mavjudligini qayd etadi. Bu holat Karimov va boshqalar [5] tomonidan aniqlangan, respublika hududlarida raqamli infratuzilma va innovatsion ekotizim rivojlanish darajasidagi farqlarni tasdiqlaydi. Mazkur muammoni hal etishda hududiy turizm klasterlarini rivojlantirish, davlat-xususiy sheriklik asosida innovatsion infratuzilmani yaratish va masofaviy ish imkoniyatlarini kengaytirish muhim ahamiyat kasb etadi.

### **Xulosa (Conclusion)**

Ushbu tadqiqot turizm faoliyatini rivojlantirishda innovatsiyalarning o'rni va samaradorligini kompleks tarzda o'rganishga qaratilgan bo'lib, olingan natijalar bir qator muhim ilmiy va amaliy xulosalar chiqarish imkonini beradi. Birinchidan, innovatsiyalar turizm korxonalarining iqtisodiy samaradorligini oshirishda hal qiluvchi omil ekanligi empirik tarzda isbotlandi. Innovatsion faollik darajasi yuqori bo'lgan korxonalar yillik daromad o'sishi, mijozlar soni, mijozlar qoniqishi va xizmatlardan qaytadan foydalanish darajasi kabi barcha asosiy ko'rsatkichlar bo'yicha innovatsion faolligi past korxonalardan sezilarli darajada yuqori natijalarga erishgan.

Ikkinchidan, turizm innovatsiyalarining turlari ularning samaradorlikka ta'sir qilish mexanizmlari bilan farqlanadi. Marketing innovatsiyalari bozor o'rinlarini kengaytirish va mijozlar bazasini oshirishda eng samarali vosita bo'lsa, texnologik innovatsiyalar xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va mijozlar tajribasini yaxshilashda yetakchi ahamiyatga ega. Tashkiliy innovatsiyalar korxonalarining innovatsion salohiyatini oshirishda asosiy bazaviy shartni tashkil etsa, ekologik innovatsiyalar uzoq muddatli istiqbolda barqaror rivojlanishni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

Uchinchidan, O'zbekiston turizm tarmog'ida innovatsion rivojlanish hali boshlang'ich bosqichda bo'lib, ayniqsa ekologik innovatsiyalar va tashkiliy innovatsiyalar yo'nalishida sezilarli zaxiralar mavjud. Hududiy rivojlanishdagi nomutanosibliklarni bartaraf etish, turizm korxonalarining raqamli transformatsiyaga tayyorlik darajasini oshirish va malakali kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish sohani innovatsion rivojlantirishning asosiy ustuvor yo'nalishlari sifatida belgilanishi mumkin.

To'rtinchidan, turizm korxonalarini rahbarlarining innovatsion faoliyatga tayyorligi va strategik yondashuvi innovatsiyalarning muvaffaqiyatli joriy etilishida hal qiluvchi omil hisoblanadi. Innovatsion madaniyatni shakllantirish, xodimlarning malakasini doimiy oshirish va mijozlar bilan ochiq aloqa kanallarini yaratish innovatsion jarayonlarning uzluksizligini ta'minlaydi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati shundan iboratki, uning natijalari turizm tarmog'i vazirliklari va boshqa manfaatdor davlat organlari tomonidan turizmni rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqishda, turizm korxonalarini rahbarlari tomonidan esa innovatsion rivojlanish strategiyalarini belgilashda foydalanilishi mumkin. Shu bilan birga, tadqiqotning cheklovlari sifatida uning faqat beshta hudud va 150 ta korxonalar

bilan cheklanganligini, shuningdek, innovatsiyalarning uzoq muddatli ta'sirini o'rganish imkoniyati mavjud emasligini ko'rsatish mumkin. Kelgusida turizm innovatsiyalarining makroiqtisodiy ta'sirini, iste'molchilarning innovatsion xizmatlarga munosabatini va turli mamlakatlar tajribasini qiyosiy tahlil qilishni o'z ichiga olgan kengaytirilgan tadqiqotlar olib borish maqsadga muvofiqdir.

### Foydalanilgan adabiyotlar:

- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377-389). Springer.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2019). *Tourism and global environmental change: Ecological, social, economic and political interrelationships*. Routledge.
- Karimov, R. A., Tursunov, B. O., & Abdurakhmanov, O. K. (2022). Raqamli iqtisodiyot sharoitida O'zbekiston turizm sohasini rivojlantirish istiqbollari. *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*, 13(4), 112-125.
- Yuldashev, N. K. (2023). Qishloq turizmini rivojlantirishda innovatsion yondashuvlar: O'zbekiston misolida. *Turizm va mehmonxona xo'jaligi jurnali*, 8(2), 45-58.