



### SOʻGLOMLASHTIIRISH TURIZMI XIZMATLARI FAOLIYATINI BOʻSHQARIŠNING INNOVACION OMILLARI

**Ғофуров Азизбек Умаржонович**

Ғарғона давлат университети

ORCID: 0000-0002-5768-6010

[g'ofurov@gmail.com](mailto:g'ofurov@gmail.com)

**Аннотация.** Ушбу мақолада ҳудудларда соғломлаштириш туризми соҳасини жадал ривожлантириш учун ҳудуд салоҳиятидан самарали фойдаланиш учун туристик мажмуалар фаолиятини шакллантиришнинг инновацион омиллари атрофлича ўрганиб чиқилган.

**Калит сўзлар:** инновация, ҳудуд, салоҳият, соғломлаштириш туризми, туристик мажмуа, туристик кластер.

### ИННОВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СЛУЖБ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

**Ғофуров Азизбек Умаржонович**

Ғерғанский государственньй университет

**Аннотация.** В данной статье подробно изучаются инновационные факторы формирования деятельности туристических комплексов с целью эффективного использования потенциала территории для быстрого развития сферы оздоровительного туризма в регионах.

**Ключевые слова:** инновации, территория, потенциал, оздоровительный туризм, туристический комплекс, туристический кластер.

### INNOVATION FACTORS FOR THE MANAGEMENT OF THE ACTIVITIES OF HEALTH TOURISM SERVICES

**G'ofurov Azizbek Umarjonovich**

Fergana State University

**Abstract.** In this article, the innovative factors of shaping the activities of tourist complexes in order to effectively use the potential of the territory for the rapid development of the sphere of health-improving tourism in the regions are thoroughly studied.

**Keywords:** innovation, territory, potential, wellness tourism, tourist complex, tourist cluster.

### Кириш.

Глобаллашув шароитида мамлакатлар ва минтақаларни, алоҳида саноат ва тармоқларни ривожлантириш миллий иқтисодийнинг рақобатбардошлигини оширишнинг устувор вазифасидир. Иқтисодий ташкил этишнинг тармоқ ва режалаштирилган тамойиллари ҳал қилувчи аҳамиятга эга, шу билан бирга, миллий репродуктив тизим доирасида мамлакат ёки унинг минтақаси ривожланишига фаол ва ҳар томонлама таъсир кўрсатадиган инновацион ташкилий-иқтисодий механизмлар ва шакллар ҳўжалик юритувчи субъектларнинг инновацион фаоллиги ва қабул қилиш қобилиятини ошириш янада долзарб бўлиб бормоқда. Айнан туризмни ривожлантиришда туристик мажмуалар фаолиятини шакллантириш ёндашуви бугунги кунда бундай талабларга тўлиқ жавоб беради, бундан ташқари, мамлакат ва минтақавий даражада туристик мажмуаларни шакллантириш ва ривожлантириш бўйича турли тадбирларни мослашувчан молиялаштиришни таъминлаш механизмлари тизими аллақачон шаклланган.

Шунга қарамай, бир қатор тармоқлар ва аниқ корхоналарнинг ишлаш амалиёти шуни кўрсатадики, туристик мажмуаларни шакллантириш ташаббуслари иқтисодий фаолиятга катта қийинчиликлар билан киритилади. Иқтисодийнинг туризм соҳасида эса мажмуани ривожлантириш жиддий лойиҳалар мавжудлиги ва ушбу масалаларнинг муҳим назарий ва услубий ёндашувлар зарурлигини ифодалайди. Бу биринчи навбатда, мажмуа тузилмаларини режалаштириш ва шакллантиришда минтақавий ҳокимият органлари, туристик корхоналар раҳбарлари, компанияларнинг топменежерлари замонавий кластерлаш тенденцияларини белгиладиган ташқи ва ички муҳитнинг барча шартлари ва омилларини ҳисобга олиш билан боғлиқ.

### Адабиётлар шарҳи.

Рус иқтисодчиси Громйко (2007) иқтисодийнинг Кластер ривожлантириш омилларини аниқлаш Кластер қурилишида сценарийларни ажратиш асосида сценарий ёндашувни фойдаланади - техник ва амалга ошириш, ташкилий ва ишлаб чиқариш, маркетинг, инвестиция, ходимлар ва қисқача бўлади ташкилий институционал, қуйида биз муаллиф талқинида ва туризм соҳасига нисбатан кўриб чиқамиз.

Пелевина (2008), сайёҳлик мажмуалари ҳақида гапирганда, бундай мажмуа одатдаги вертикал текисликда ётмайдиган, аммо маълум бир горизонтал маконни, шу жумладан турли хил саноат долзарблигини қамраб оладиган йирик мустақил тармоқлараро ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш мажмуаси деб ҳисоблайди. Туристик мажмуа-бу туристик иқтисодийнинг ўзаро боғлиқ тармоқлари ва ишлаб чиқаришлари тўплами бўлиб, уларнинг ягона функционал вазифаси туристик маҳсулотлар ва хизматлар истеъмолчиларининг еҳтиёжларини қондириш учун мамлакатда ва унинг алоҳида минтақаларида мавжуд бўлган туристик ресурслардан ва туристик инфратузилмадан оқилона фойдаланиш билан боғлиқ фаолият деб ҳисобланиши мумкин.

Ветитнев (2010) ва Кусковларнинг (2004) таъкидлашича, тиббий туризмни реабилитация билан, соғломлаштириш туризмни рекреацион туризм билан аниқлайдиган ёндашув ҳам мавжуд. Ушбу ёндашувни қабул қилиш қийин, чунки тиббий туризмни фақат реабилитация билан чеклаб бўлмайди ва “рекреацион туризм” атамасидан фойдаланиш услубий жиҳатдан нотўғри, чунки туризмнинг ўзи дам олишнинг бир қисмидир.

Поклодная ҳам юқоридаги тадқиқотчиларнинг фикрини қўллаб-қувватлаб, “рекреация” ва “туризм” атамаларининг анъанавий маъносида “рекреацион туризм” атамасидан фойдаланиш тавтология эканлигини кўрсатиб ўтган (Кусков, 2004).

Ветитнев, Дзюбина ва Торгашева (2012) “даволаш-соғломлаштириш туризми” “тиббий туризм” ва “соғломлаштириш туризми” атамаларига нисбатан умумийроқ

тушунча эканлигини ва уларни кичик тоифалар сифатида ўз ичига олишини таъкидлашади.

### Тадқиқот методологияси.

Мақолада соғломлаштириш туризми хизматларини бошқаришни баҳолаш кўрсаткичлари кейинги бир неча йиллардан бери соғломлаштириш хизматларининг экспоненциал ўзгариши жараёнлари билан белгиланади.

### Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Туристтик мажмуаларни ривожлантиришнинг инновационлигини аниқлаш ва унинг тегишли омилларини таъкидлаш учун туризм бизнесида қўлланиладиган инновацияларнинг энг муҳим турларини аниқлаш керак:

1. **Инновация-маҳсулот** - бу ўз минтақасидаги рақобатчилардан ҳам, бошқа минтақалар ва мамлакатларнинг рақобатдош ташкилотларидан ҳам мавжуд бўлмаган инновацион бозор таклифини шакллантирадиган янги туристик маҳсулотни шакллантириш ва кейинчалик амалга ошириш. Инновация-маҳсулот - бу туристик мажмуаларнинг мавжуд бўлишининг биринчи босқичида ривожланишининг энг тез-тез учрайдиган вариантдир, чунки бу вазиятда инновациялар туристик маҳсулотни шакллантириш учун инновацион ишланмалар ва технологиялардан фойдаланишдан иборат эмас, балки таклиф этилаётган турнинг бозор янгилиги.

2. **Инновация-жараён** - янги техника ва технологияларни жорий этиш ва ундан кейинги фойдаланиш, туристик ташкилотлар фаолиятини автоматлаштириш асосида туристик хизмат кўрсатиш жараёнларини такомиллаштириш. Бу ҳолда жараён инновациялари кўпинча маҳсулот инновациялари билан бирлаштирилади, шу билан бирга туристик маҳсулотлар ва хизматларни бозорга татбиқ этишнинг жозибадорлиги ва самарадорлигини оширади. Бундай янгиликларнинг классик намунаси туроператорлар ва сайёҳлик агентликлари томонидан замонавий автоматлаштирилган бронлаш тизимларидан фойдаланишдир.

3. **Бошқарув инновациялари** - умуман туризм соҳасида ҳам, алоҳида туристик ташкилотда ҳам бошқарув органлари ва усулларининг инновацион тизимини шакллантириш. Бундай бошқарув инновациялари кўпинча қуйидагилар деб аталади:

- а) ички корпоратив бошқарув тизимлари ва стандартлари;
- б) корпорациялараро ўзаро муносабатларнинг янги турлари;
- в) ўзини ўзи бошқариш институтини жорий этиш;
- д) туристик компания фаолиятини ташкил этишнинг янги йўналишлари ва усулларини ишлаб чиқиш;
- е) туристик компаниянинг ривожланиши бизнесни ривожлантириш стратегиялари ва маркетинг стратегиялари тўплами;
- ф) туризм соҳаси ходимларига тегишли касбий талабларни қабул қилиш.

4. **Мижозларга йўналтирилган инновациялар** - мижозлар эҳтиёжларини қондириш, истеъмолчиларнинг содиқлигини шакллантириш, истеъмолчилар олдида туристик ташкилот имиджини яхшилаш, истеъмолчилар ва туристик ташкилотлар ўртасида янги алоқа каналларини ривожлантириш, индивидуал туристик хизматларни кўрсатишга қаратилган бизнесни ташкил этиш усулларини танлаш. Йирик туристик ташкилотлар мижозларга чегирмалар ва индивидуал туристик хизматлар кўрсатилишини таъминлаш учун ўз мижозлари тўғрисида электрон маълумотлар базаларини яратадилар.

5. **Маркетинг инновациялари** - туристик ташкилотда қўлланиладиган маркетинг стратегиялари тўпламини ишлаб чиқиш, бу қуйидагиларни ўз ичига олади:

- а) бозорнинг асосий элементлари - талаб ва таклиф билан ишлаш;
- б) ихтисослаштирилган тизимлар ва савдо каналларини шакллантириш;

в) янги туристик маҳсулотни шакллантириш, уни тарғиб қилиш йўналиши бўйича фаол фаолият;

д) тегишли нарх стратегиясини ишлаб чиқиш ва пудратчилар ва доимий мижозлар учун турли хил чегирмалар ва имтиёзлар тизимидан фойдаланган ҳолда тактика.

6. **Логистика инновациялари** - сайёҳларни етказиб бериш, тарқатиш, ҳаракатланишни ташкил этиш бўйича янги стратегик қарорлар қабул қилишга қаратилган. Бундай янгиликлар туристик ташкилотлар ва туризм марказларида интеграциялашган ахборот тизимлари билан боғланган уланиш рейсларидан фойдаланган ҳолда мураккаб ҳаво транспорти марказлари орқали сайёҳлар ҳаракати бўйича тубдан янги ечимларни ишлаб чиқишни ўз ичига олади. Сўнги инновацион тенденциялар ахборот ва интеллектуал логистика, яъни виртуал маконда ахборот оқимларининг ҳаракати билан боғлиқ.

7. **Институционал инновациялар** - туризм соҳасини, шунингдек турдош тармоқларни давлат ва бошқа тартибга солишнинг тизими ва меъёрий қоидаларини шакллантиришга қаратилган. Бундай янгиликлар алоқа ўзаро таъсирининг уч тури асосида шаклланади:

а) давлат-хусусий шериклик энг мақбул ва самарали вариант;

б) "маъмурият – тадбиркорлар - таълим ва фан вакиллари – маҳаллий ҳамжамият" бўйлаб симбиотик ўзаро таъсир;

с) тадбиркорлар ва ҳокимият манфаатларининг келишмовчилиги билан боғлиқ қарама - қарши ва синонга қарши ўзаро таъсир.

8. **Ресурс инновациялари** - ҳар хил турдаги ресурслардан (табiiй, тарихий ва маданий, инфратузилма, молиявий, моддий, кадрлар, бошқарув ва бошқалар) фойдаланиш билан боғлиқ. Кейинчалик янги туристик маҳсулотлар ва хизматларни шакллантириш ва тарғиб қилиш, ихтисослаштирилган туристик ва рекреацион ҳудудларни лойиҳалаш, яратиш ва ривожлантириш, туристик ресурсларнинг хавфсизлигини таъминлаш учун.

9. **Ташкилий ва иқтисодий инновациялар** - ихтисослаштирилган туристик жойлар доирасида туристик бизнесни ташкил этиш ва олиб боришнинг янги ҳудудий ва экстерриториал шакллари яратишга қаратилган. Ташкилий ва иқтисодий янгиликлар инновационизация, концентрация, ихтисослашув, хизмат кўрсатиш ва туризм ишлаб чиқаришни мувофиқлаштириш ва ҳамкорлик қилиш орқали рақобатдош устунликларга эришишга имкон беради. Бинобарин, туризмдаги ҳар қандай кластер лойиҳалари аллақачон мавжуд ўз моҳиятига кўра инновацион, чунки улар ташкилий, иқтисодий ва бошқарув янгиликларидир.

### **Хулоса ва таклифлар.**

Агар биз туризм соҳасини туристик мажмуалар ривожланишининг инновацион таркибий қисмига алоҳида тўхталадиган бўлсак, бунинг учун энг муҳим бешта омилни ажратиш ҳақида ишонч билан гапиришимиз мумкин:

1) ихтисослаштирилган инфратузилманинг мавжудлиги – туризм соҳасида илмий-тадқиқот ишлари билан шуғулланадиган таълим муассасалари ва ташкилотлари;

2) ташкил этилган тадбиркорлик "менталитети", биринчи навбатда, инновацион фаолият ва инновацияларни идрок этишга очиқлик нуқтаи назаридан;

3) бозорда шаклланган ва сотиладиган туристик маҳсулотлар ва хизматларнинг табиати, уларни ишлаб чиқариш ва тузилишидаги инновацион компонентнинг улуши;

4) географик (ижтимоий-географик, геосиёсий, инфратузилма-географик, транспорт-географик, иқтисодий-географик) ҳолат омили;

5) мамлакат ва минтақада инновацияларга йўналтирилган тармоқлар ва тармоқларнинг умумий ривожланиш даражаси ва унинг туризм фаолиятига

**Адабиётлар/Литература/Reference:**

Akhmedova, N. K., & ugli Homidov, K. K. (2022). Institutional Basis of Digitalization of Management Activity of Food Industry Enterprises in Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(11), 34-38.

Homidov, K. K. U. (2022). Improvement of Organizational and Economic Mechanisms of Management in Food Industry Enterprises in Innovative Development of the Economy. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(11), 50-55.

Khomidov, K. (2023). Characteristics of improving organizational and economic mechanisms of management in higher education institutions. Publishing House "Baltija Publishing".

Xomidov, Q. (2018). Ускоренно развивающиеся отрасли экономики Республики Узбекистан. *Scienceweb academic papers collection*.

Xomidov, Q. (2019). Aholi bandligi ta'minlash-iqtisodiy munosabatlarning muhim omili. *Scienceweb academic papers collection*.

Xomidov, Q. (2019). Iqtisodiyotimizni raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion tadbirkorlikning o'rni va ahamiyati. *Scienceweb academic papers collection*.

Xomidov, Q. (2019). Кластер-действенный инструмент конкурентоспособности региона. *Scienceweb academic papers collection*.

Xomidov, Q. (2019). Цифровая экономика-путь к совершенству. *Scienceweb academic papers collection*.

Xomidov, Q. (2020). Iqtisodiyotni investitsiyaviy jozibadorligini oshirishda erkin iqtisodiy zonalarni rivojlantirishning ahamiyati. *Scienceweb academic papers collection*.

Ветитнев А.М. (2010) Лечебный туризм: учебное пособие/ А.М. Ветитнев, А.С. Кусков - Москва: Форум, –С. 28.

Ветитнев А.М. (2012) Лечебно-оздоровительный туризм: вопросы терминологии и типологии / А.М. Ветитнев, А.В.Дзюбина, А.А.Торгашева // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. - № 2 (20).- С. 55.

Громыко, Ю.В. (2007) Что такое кластеры и как их создавать? [Электронный ресурс] / Ю. В. Громыко // Альманах «Восток». № 1(42). – Режим доступа: [http://www.situation.ru/app/j\\_jn\\_43.htm](http://www.situation.ru/app/j_jn_43.htm)

Кусков А.С. (2004) Курортология и оздоровительный туризм / А.С. Кусков, О.В. Лысикова. –Ростов-на-Дону: Феникс, –С. 39.

Пелевина, Н.А. (2008) Кластерный подход к обеспечению развития туристско-рекреационной сферы региона / Н. А. Пелевина // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. –. – № 86. –С. 340-344.

Хомидов, К. (2022). Повышение доходов производителей.

Хомидов, К. К. (2019). Socioeconomic characteristics of employment in Uzbekistan. *Инновационная наука*, (7-8), 64-66.

Хомидов, К. К. (2019). Перспективный комплекс экономики Узбекистана. In *Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии* (pp. 54-56).

Юлдашева, Г. А., & Хамидов, К. (2022). Процессы модернизации системы бухгалтерского учета на предприятиях. *Gospodarka i Innowacje.*, 30, 230-231.