



## TURISTIK KORXONALAR FAOLIYATIDA INNOVATSION MEKANIZMLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

**Yuldasheva Dilfuza Abdujabborovna**

*Toshkent axborot texnologiyalari universiteti Farg'ona filiali akademik litseyi*

ORCID: 0009-0001-5508-7559

[dilfuzayuldasheva1444@gmail.com](mailto:dilfuzayuldasheva1444@gmail.com)

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada turizm korxonalari faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari bo'yicha aniq innovatsion mexanizmlarning samaradorligi o'rganilib, jahonda ushbu sohani rivojlantirish uchun amalga oshirilayotgan eng so'nggi innovatsion mexanizmlar, sun'iy intellekt asosidagi bronlash tizimlari, virtual reallik sayohatlari, barqaror turizm tashabbuslari kabi yo'nalishlar va ularning natijadorligi o'rganilgan.

**Kalit so'zlar:** innovatsion faoliyat, klasterlar, turizm strategiya va taktikasi, tadqiqot va eksperimental ishlanmalar, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, rekreatsion resurs.

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Юлдашева Дилфуза Абдужабборовна**

*Академический лицей Ферганского филиала*

*Ташкентского университета информационных технологий*

**Аннотация.** В данной статье рассматривается эффективность конкретных инновационных механизмов с точки зрения ключевых показателей деятельности туристического предприятия, а также рассматриваются новейшие инновационные механизмы, внедряемые в мире для развития этой отрасли, такие как системы бронирования на основе искусственного интеллекта, путешествия в виртуальной реальности и инициативы в области устойчивого туризма, а также их эффективность.

**Ключевые слова:** инновационная деятельность, кластеры, стратегия и тактика туризма, научные и экспериментальные разработки, организационно-экономический механизм, рекреационный ресурс.

## THE EFFECTIVENESS OF USING INNOVATIVE MECHANISMS IN THE ACTIVITIES OF TOURISM ENTERPRISES

**Yuldasheva Dilfuza Abdujabbarovna**

*Academic Lyceum of the Fergana Branch of*

*Tashkent University of Information Technologies*

**Abstract.** This article examines the effectiveness of specific innovation mechanisms in terms of key indicators of tourism enterprise performance, and examines the latest innovation mechanisms being implemented in the world to develop this industry, such as artificial intelligence-based booking systems, virtual reality tours, and sustainable tourism initiatives, and their effectiveness.

**Keywords:** innovative activity, clusters, tourism strategy and tactics, scientific and experimental developments, organizational and economic mechanism, recreational resource.

### **Kirish.**

Iqtisodiyot bugungi kunda o'zining har bir tarmog'i bo'yicha alohida zamonaviy yondashuvlarni, o'sib borayotgan ehtiyojlar bo'yicha yangidan -yangi yechimlarni taqdim etish zarurati bilan rivojlanishda davom etmoqda. Globallashuv va kuchayib borayotgan raqobat sharoitida turizm korxonalarini o'z faoliyatiga innovatsion yondashuvlarni joriy etish zarurati bilan duch kelmoqda. Innovatsiyalar samaradorlikni oshirish, xizmatlar sifatini oshirish, mahsulot turlarini kengaytirish va mijozlarning o'zgaruvchan ehtiyojlariga moslashish imkonini beradi.

O'zbekiston sharoitida iqtisodiyotni rivojlantirishning bir bo'lagi sifatida qaralayotgan turizm faoliyatini strategik muhim va ustuvor yo'nalish sifatida e'tirof etayotgani ushbu sohada innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun ulkan imkoniyatlar yaratmoqda. Zero, innovatsiyalar iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida ham, turizm ham raqobatbardoshlikni oshirish demakdir.

O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishdan asosiy maqsad xalqaro turizm raqobatbardoshlik indeksi bo'yicha TOP elliklikka chiqish hisoblanadi. Aholi bandligi elastik ko'rsatkichi 0.65 dan 0.4 ga tushirilishi asosiy maqsadlardan biri bo'lishi lozim. Harakatlar rejasida, shuningdek, O'zbekistonning ulkan boyliklari, ya'ni tarixiy obidalar, diniy ahamiyatga molik joylar va milliy diqqatga sazovor joylarning keng doiradagi sayyohlik salohiyatini ro'yobga chiqarishning "Asosiy strategiyasi" muhim yo'nalishlar atrofida klasterlar ishlab chiqilishidan iborat (Economics and Innovative Technologies, 2025).

Bu jarayonlarni amalga oshirishda O'zbekistonning turizm sohasidagi innovatsion rivojlanish strategiyasi orqali amaliy natijalarga erishish, sohani doimiy zamonaviy yangiliklar bilan har tomonlama to'ldirib borish ham davr talabi, ham iqtisodiyotdagi muammolar yechimining bir qismidir.

### **Adabiyotlar sharhi.**

Ushbu mavzu bugunga qadar bir nechta mutaxassislar tomonidan chuqur o'rganilib, xususan Durovich o'z qarashlarida turizm marketing faoliyati, kontseptual tuzilishi uning vositalari eng keng qamrovli shakli ekanligi haqida so'z olib boradi (Durovich, 2004).

Kvartalnov (2007) esa turizmning asosiy tushunchalari, turistik faoliyat turlari, vositalari, usullari va shakllari ochib beriladi. Turizmning turli jihatlari, jumladan, turistik sayohatlar motivatsiyasi, turizmni boshqarish va marketingi, uning qonunchilik asoslari, iqtisodiy jihatlari, reklama va axborot ishlarining usullari, turizmdagi axborot texnologiyalari, xalqaro turizm bozorining rivojlanish evolyutsiyasi tahlil qiladi.

"Zamonaviy iqtisodiyotda turizm muhim sohalardan biridir, chunki turizm, birinchi navbatda, daromad, ish o'rinlari yaratish, shuningdek, mamlakatning barcha hududlarini rivojlantirish uchun rag'batdir. Iqtisodiyotga multiplikativ ta'sir ko'rsatish darajasi bo'yicha turizm sanoati boshqa tarmoqlar orasida yetakchi hisoblanadi" - deydi Strinova o'z qarashlarini ifodaladi (Tsirinova, 2016).

Kondratievning (1999) nazariy merosining qisqacha mazmuni iqtisodiyotning turizmning rivojlanish bosqichlari, texnologik tuzilmalar bularning qandayligini ko'rish imkonini beradi. Hodisalar har doim innovatsion jarayonlarga ta'sir qiladi. Ko'rsatilgan rol innovatsion rivojlanish strategiyasini belgilashda mavjud jarayonlarini rag'batlantirish, shu jumladan qonuniy yo'l bilan tartibga solish, turizm biznesi va uni boshqarish masalalaridagi roli intellektual mulk innovatsiyalarining asosi sifatida qaraladi.

I.V.Sergeevning tadqiqotlarida "korxonaning raqobatbardoshligi" tushunchasini moliyaviy, ishlab chiqarish, mehnat salohiyatidan samarali foydalanish qobiliyati tufayli korxonaning raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati tushuniladi, bu esa korxonaning raqobatbardoshligini umumiy iqtisodiy salohiyat elementlaridan foydalanish samaradorligi bilan bog'lash zarurligini anglatadi (Гриценко, 2012).

N.K.Moiseyeva esa o'z tadqiqotlarida "ishlab chiqaruvchi (korxonalar, sanoat) raqobatbardoshligini raqobatchi ishlab chiqaruvchidan ma'lum bir ijtimoiy ehtiyojni o'z tovarlari yoki xizmatlari bilan qondirish darajasi va ishlab chiqarish faoliyati samaradorligi nuqtayi nazaridan ma'lum bir ishlab chiqaruvchining rivojlanish jarayonidagi farqlarni aks ettiruvchi nisbiy xususiyat sifatida" belgilaydi (Ильина, 2015).

G.L.Azoyev raqobatbardoshlik raqobat ustunliklarining mavjudligini aniqlaydigan natija va raqobatdoshliksiz mumkin emas, deb hisoblaydi. U nafaqat raqobatbardoshlikni raqobat ustunliklari bilan bog'laydi, balki ular qo'llaniladigan obyektga qarab ularning turlarini ham belgilaydi (Бекеров, 2016).

Turizm adabiyotida, ya'ni rus iqtisodchisi Chudnovskiyning (2022) fikricha, "turizm va mehmondo'stlik sanoati" keng qo'llaniladi. Bu mehmondo'stlikdan ko'ra kengroq va umumiy tushuncha ekanligini tan oladi

Pardaev, Xoliqulov, Rahimovlar (2013) turizm industriyasi va mehmondo'stlik sanoatini alohida alohida ko'rib chiqish mumkin emas. Chunki turistlar ham sayohat maqsadiga qarab o'ziga xos ehtiyojlarga ega bo'lgan iste'molchilardir.

Bugungi kunda sayyohlar yoshga qarab guruhlangan. Turizm bozorining hozirgi guruhi 35 yoshgacha bo'lgan sayyohlardan iborat bo'lib, ular yuqori darajadagi ta'lim, muvaffaqiyatga intilish, moliyaviy xususiyatlar kabi talablar bilan ajralib turadi. Ularda xavfsizlik, o'zlarini oila va uy tashvishlari bilan bog'lashni istamaslik kabi tuyg'ular ancha yuqori. Yevropaning yirik sanoat shaharlarida bu guruh a'zolari umumiy aholining taxminan 50 foizini tashkil qiladi. Filipp Kotlarning (2007) so'zlariga ko'ra, g'arbiy turizm bozorida faqat shu segmentda ishlaydigan firmalar mavjud. Xususan, bu borada Germaniyada ushbu segmentdagi talab 6-8 million kishini tashkil qiladi. Talabning yana bir istiqbolli yosh guruhi bu Yoshi ulug' shaxslardir. Ushbu guruh vakillari moliyaviy yaxshi ta'minlangan, hayotdan faol zavq olishga intiladi va pul sarflashga tayyor.

### **Tadqiqot metodologiyasi.**

Ushbu maqolada Turistik korxonalar faoliyatida innovatsion mexanizmlardan foydalanish samaradorligi moliyaviy hisobotlar, turizm statistikasi va onlayn sharhlar o'rganib chiqilib, turizm korxonalarini turlarini, innovatsion mexanizmlarni va kiritilgan geografik hududlar miqdoriy, sifat, aralash usullar orqali ko'rib chiqildi.

### **Tahlil va natijalar muhokamasi.**

Biz turizm va uni innovatsion rivojlantirish yo'nalishlarini o'rganar ekanmiz, avvalo, turizm tushunchasi haqidagi insoniyat qarashlarini ko'rib chiqaylik, demak turizm bu tabiat, tajriba, sayohat qilish uchun motivatsiya, yaxshi kayfiyat, ta'til, parvoz, sarguzashtlar kabi qarashlardir. Bu qarashlarga islohot kiritish va boyitish esa innovatsiyadir. Innovatsiya. Ushbu so'zni eshitganimizda, nimani anglatadi? G'oyalar, texnologiyalarni amalga oshirish, sanoat ixtirolari, infratuzilma, kashf etish, mehnat unumdorligi, modernizatsiya, dizayn kabi tushunchalardir.

Keling, ushbu ikki tushunchalarni birlashtirishga harakat qilaylik. Tabiat va modernizatsiya. Mehnat unumdorligi va maroqli ta'til. Bilamizki, iqtisodiyotda ya'ni bozorda tovarlar va xizmatlar mijoz tomonidan boshqariladi. Biznesning har bir elementi faqat iste'molchi uchun xizmat qiladi. Turizm esa har doim mahsulot va uning imkoniyatlari har tomonlama katta ahamiyat kasb etadi. Chunki turizm bu ishlab chiqarish emas. Turizm turistik yo'nalishlar har doim sayohat uchun mo'ljallangan hudud tabiati, geografik joylashuvi va ob-havo sharoiti, bu hududning boy tarixi hamda madaniy merosi kabi jihatlarga e'tibor qaratadilar. Ularning bu boradagi turli xil xizmatlarning kombinatsiyasi, yangi qo'shimcha qulaylik yaratish va ularga sayohatchilarni jalb etish o'sish va rivojlanish uchun asosdir.

Turizm bu kichik biznesdir. Aynan bu biznes o`zini mehmonxonalar, ulardagi xizmatlar, turlar va sayohat rejalari, qisqacha qilib aytganda sayohatchining miriqib dam olish uchun yaratilgan sharoitlar orqali o`zini ifoda etadi.

O'zbekistonimiz iqlimi, tabiati bilan birgalikda Buyuk Ipak yo'lida joylashgan hudud sifatida boy tarixga ega. Lekin bu sohaga biz zamonaviy texnologiyalarni joriy qilmasdan turistik manzil sifatida baholab, aynan O'zbekistonning bu sohadagi raqobatbardoshligini yaratib bo'ladimi? Masalan, dunyo sayohatlarining ayrim jihatlarini ko'rib chiqadigan bo'lsak Misr piramidalar mavjud va ular millionlab sayyohlarni o'zlarida jalb qila oladi. Shuningdek, Misrda dengiz ham mavjud, bu esa turistlar uchun ta'tilni ikki yarmga ajratish imkonini beradi. Tarixiy sayohat va plyaj rohati. Xuddi shu tizim Gretsiya, Turkiya, Hindiston, Tailand, Ispaniya, Vetnamda ham turli ko'rinishlarda mavjud. Turistik korxonalar faoliyatida innovatsion mexanizmlardan foydalanish samaradorligiga erishish jarayonida tarixiy tajribalarni ko'rish maqsadga muvofiq bo'ladi. Tarixdan ma'lumki, turizmning barqaror rivojlanishi kontseptsiyasi 1980-yillarning oxirida jahon sayyohlik tashkiloti tomonidan belgilandi va quyidagi turkumlarga ajratildi:

- boshqa sohalar ehtiyojlarini hisobga olish;
- iqtisodiyotning turli sohalarining o'zaro bog'liqligini ta'minlash;
- mahalliy jamoalarni sayyohlar bilan ishlashda tabiiy resurslarning inobatga olish;
- mahalliy aholining istaklari va ehtiyojlarini birlamchi o'rganib, sayohatchilarning ehtiyojlari bilan jipslashtirish va boshqa omillarni hisobga olgan holda ularni sintez qilish.

Turizm sohasidagi yangiliklar – bu juda katta ahamiyatga ega, va albatta bu yangiliklar sanoatdagi ijobiy siljishlarga olib keladi. Bunday yangiliklarning joriy etilishi natijasida mamlakatga sayyohlik oqimining ko'payishi va foyda olish sur'ati yuksalib boradi.

O'zbekistonga sayohat qilish sayohatchilarning talab va istaklarini o'rganishga qaratilganda tarixiy, me'moriy, diniy, etnik qarashlarni zamon texnologiyalari bilan uzviy holda moslashtirish natijaviy samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi deb o'ylaymiz. Chunki dengiz bo'lmagan joyda, biz sayohatchilarning his-tuyg'ularini diqqat bilan rejalashtirishimiz, bu rejada biror elementni befarq qoldirmasligiz, innovatsion yondashuvlarni amalga oshirishimiz kerak. Masalan, charchagan sayyohda yaxshi ta'asurotni qoldirish uchun Buxoro shahri sayohati tanlansa, ekskursiya, mehmonxona, transport va boshqa turistik rejalarda ob-havo sharoitiga moslanib tayyorgarlik ko'rilgan bo'lishi lozim. Bunda innovatsion mexanizmlar ya'ni texnologiyalar nimani o'zgartishi, xizmatnini yaxshilashda natija berishi va raqobatbardoshlikni oshirishda muhim rol o'ynashiga diqqatni qaratish lozim. Bu yerda tabiiy savol to'g'iladi. Turizm sohasidagi yangiliklar bir-biridan qanday farq qilishi mumkin? Keling, buni ko'rib chiqamiz.

### **1.qadam-shkala.**

Innovatsiyalar odatda butun sanoat, individual korxonalar, mamlakatlar, shaharlar, mavjud sayyohlik mahsulotidagi yangi yoki o'zgarishni yaratishda, sayohat ob'yektini yaratishda joriy etilishi mumkin.

### **2.qadam-Amalga oshirish doirasi.**

Sayohatchilarga yordam berish borasida bugun dunyo mamlakatlar yengil mikrokredit, texnik xizmat ko'rsatish zona, masalan, aeroportda onlayn ro'yxatdan o'tish orqali mehmonxonalar band qilish kabi xizmat turlari kirishi mumkin.

### **3.qadam-Sodir bo'lish tezligi.**

Strategik innovatsiyalar asta-sekin (transport kommunikatsiyalarini rivojlantirish) joriy etilmoqda. Reaktiv tezkor ravishda amalga oshiriladi (sayyohlik etkazib beruvchilarga viza bekor qilinishi)

**4.qadam-Rivojlanish salohiyati.**

Elektron vizalar, masalan, turistik markazlardagi bankomatlar kabi elektron vizalarda tub o'zgarishlardan

**Xulosa va takliflar**

O'zbekiston bugunda turizm sanoatining rivojiga katta ahamiyat qaratib kelmoqda, xususan ushbu soha O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev tomonidan O'zbekiston milliy iqtisodiyotining strategik tarmoqlaridan biri sifatida belgilanib sohani rivojlantirish maqsadida qator normativ huquqiy hujjatlar qabul qilindi va buning natijasi o'laroq qisqa vaqt ichida davlatimiz tomonidan olib borilayotgan izchil siyosat tufayli mamlakatimizga xorijlik sayyohlar oqimi keskin ko'paydi, turistik infratuzilma obyektlari soni ko'paydi. Bu maqsadlarga erishishda innovatsion jarayonlarni chuqur tahlil qilish samarasi muhim ahamiyatga ega.

Turizm korxonalari faoliyatiga innovatsion mexanizmlarning integratsiyalashuvi ularning jadal rivojlanayotgan bozorda umumiy samaradorligi va raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshiradi. Ushbu xulosa raqamli texnologiyalar, barqaror amaliyotlar va mijozlarni jalb qilish strategiyalari kabi turli innovatsiyalarni har tomonlama tahlil qilishga asoslangan.

**1. Raqamli transformatsiya.** Onlayn bron qilish platformalari, virtual reallik tajribasi va sun'iy intellekt asosidagi mijozlarga xizmat ko'rsatish kabi raqamli vositalarni qo'llash soddalashtirilgan operatsiyalarni osonlashtiradi va mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni yaxshilaydi. Ma'lumotlar tahlili korxonalariga takliflarni sayohatchilarning afzalliklari va xatti-harakatlariga moslashtirishga imkon beradi va shu bilan mijozlar ehtiyojini qondirish va sodiqlikni oshiradi.

**2. Barqaror rivojlanish tashabbuslari.** Barqaror amaliyotlarni amalga oshirish nafaqat iste'molchilarning ekologik toza xizmatlarga bo'lgan talabini qondiradi, balki vaqt o'tishi bilan operatsion xarajatlarni kamaytiradi. Chiqindilarni boshqarish, energiya samaradorligi va barqaror manbalarni ta'minlash sohasidagi innovatsiyalar atrof-muhitga e'tiborni kamaytirishga yordam beradi, brend imidjini oshiradi va atrof-muhitga ongli sayohatchilarni jalb qiladi.

**3. Mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvlar.** Shaxsiylashtirilgan marketing va tajriba takliflari kabi mijozlarni jalb qilishning innovatsion strategiyalari sayyohlar va yo'nalishlar o'rtasida chuqurroq aloqani ta'minlaydi. Moslashtirilgan tajribalarni yaratish uchun texnologiyadan foydalangan holda, sayyohlik korxonalari mijozlarni ushlab turish va tavsiyalarni ko'paytirishi mumkin, bu esa barqaror rentabellikka olib keladi.

**4. Bozor tendentsiyalariga moslashish.** Turizm sanoati ijtimoiy-iqtisodiy omillar, sog'liqni saqlash inqirozlari va paydo bo'ladigan sayohat tendentsiyalari tufayli tez o'zgarishlarga duchor bo'ladi. Innovatsion mexanizmlar turizm korxonalariga ushbu o'zgarishlarga tez moslashish uchun zarur bo'lgan chaqqonlikni ta'minlaydi, buzilishlarga chidamlilikni ta'minlaydi va ularga yangi imkoniyatlardan foydalanish imkonini beradi.

**5. Operatsion samaradorlikni oshirish.** Avtomatlashtirish va aqlli texnologiyalardan foydalanish kabi innovatsion boshqaruv amaliyotlarini joriy etish operatsion samaradorlikni oshirishga olib keladi. Bu nafaqat resurslarni taqsimlashni optimallashtiradi, balki xarajatlarni kamaytiradi va shu bilan turizm korxonalarining moliyaviy ko'rsatkichlarini oshiradi.

Xulosa qilib aytganda, turistik korxonalarda innovatsion mexanizmlarning samaradorligi mijozlarning qoniqish darajasi, operatsion samaradorlik, barqaror amaliyot va bozor o'zgarishlariga moslashishning yaxshilanganidan dalolat beradi. Turizm sanoati rivojlanishda davom etar ekan, ushbu innovatsion mexanizmlarning strategik integratsiyasi raqobatbardosh landshaftda rivojlanishga intilayotgan korxonalar uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi. Kelajakdagi tadqiqotlar ushbu innovatsiyalarning sanoatdagi moliyaviy ko'rsatkichlarga va mijozlarning sodiqligiga ta'sirini aniqlash uchun maxsus amaliy tadqiqotlarni o'rganishi mumkin.

Turizm korxonalarida innovatsion mexanizmlarni qo'llash umumiy samaradorlikka yaqqol ijobiy ta'sir ko'rsatadi, garchi bu ta'sir darajasi muayyan mexanizmga, uni amalga oshirishga va korxonaga kontekstiga qarab o'zgaradi. Mavjud tadqiqotlar tahlili innovatsion texnologiyalarni qabul qilish va yaxshilangan asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari (KPI) o'rtasida kuchli bog'liqlikni ko'rsatadi. Ushbu yaxshilanishlar mijozlar ehtiyojini qondirish, operatsion samaradorlikni oshirish, xarajatlarni kamaytirish va natijada rentabellikni oshirishda namoyon bo'ladi. Biroq, muvaffaqiyatli amalga oshirish nafaqat texnologik o'zlashtirishni, balki tashkiliy madaniyatni o'zgartirishni, xodimlarni o'qitishni va mustahkam ma'lumotlar infratuzilmasini o'z ichiga olgan strategik yondashuvni talab qiladi. Bundan tashqari, samaradorlik maqsadli bozorni aniq tushunish va mijozlarning muayyan ehtiyojlari va afzalliklarini qondirish uchun innovatsion mexanizmlarni moslashtirish qobiliyatiga bog'liq. Potentsial manfaatlar katta bo'lsa-da, to'g'ri rejalashtirishning yetishmasligi, resurslarning yetarli emasligi yoki o'zgarishlarga qarshilik ijobiy ta'sirga sezilarli darajada to'sqinlik qilishi mumkin. Shu sababli, turizm korxonalarida faoliyatidagi innovatsion mexanizmlarning samaradorligini oshirishda bozorni puxta o'rganish, strategik rejalashtirish, doimiy monitoring va baholashni o'z ichiga olgan yaxlit yondashuv juda muhimdir. Kelgusi tadqiqotlar uzoq muddatli ta'sirni baholash uchun bo'ylama tadqiqotlarga va eng yaxshi amaliyotlarni yanada takomillashtirish uchun turli korxonaga turlari va geografik kontekstlarda qiyosiy tahlillarga qaratilishi kerak.

#### **Adabiyotlar/Literatura/Reference:**

Квартальнов В.А. (2007) *Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления*. –М.: Финансы и статистика.

Чудновский А.Д. и др. (2022) *Гостиничный бизнес в современной экономике: учебное пособие*. «Русайнс», – 238 с.

"Economics and Innovative Technologies" (2025): <http://iqtisodiyot.tsue.uz/journal> Vol. 13 No. 1 462 bet.

Дурович А.П. (2004) *"Маркетинг в туризме"* учебное пособие. –Минск: "Новое знание".

Tsirinova, N.S. (2016) *Turizm sanoatidagi zamonaviy innovatsion texnologiyalar*

Котлер, Филип. (2007) *Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов высших учебных заведений / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз ; [пер. с англ. В. Н. Егорова]. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ.*

Пардаев М.К., Холикулов А.Н., Рахимов Х.А. (2013) *Мехмонхона хужаликлариди самарадорликни ошириш муаммолари. Монография. Иктисодиёт. - Тошкент. 210-бет*

Гриценко Ю. (2012) *Состояние и перспектива использования Интернета в туристском бизнесе России. Вокруг света. – № 1.- 38 – 43 с.*

Ильина, А. (2015) *С точки зрения руководителей турфирм/ Ильина А.// Турбизнес. – № 1. - С. 89 - 92.*

Бекетов О.Н. (2016) *Бизнес-план: теория и практика. / Бекетов О.Н., Найденов В.И. – М.: Юнити, – 342 с.*