



TURIZM SOHASINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHGA OID NAZARIY YONDASHUVLAR

Nosirova Umida Mizrobovna
"Ipak Yo'li" turizm va madaniy
meros xalqaro universiteti
ORCID: 0009-0008-2039-8702
umida.97.nosirova@gmail.com

Annotatsiya. Bugungi kunda turizm sohasi global hodisa sifatida ham iqtisodiy jihatdan taraqqiy etgan mamlakatlar, ham taraqqiyot yo'lidagi mamlakatlarda jadal sur'atlarda rivojlanmoqda. Mazkur sohaning rivojlanishi jamiyat taraqqiyoti bilan bir vaqtda sodir bo'lib, ya'ni unda odamlarning xohish va ehtiyojlari oldindan belgilanadi. Mazkur maqolada bu sohaning innovatsion rivojlanishiga oid nazariy yondashuvlar ko'rib taxlil qilib chiqilgan.

Kalit so'zlar: turizm, innovatsiyalar, mahsulot innovatsiyasi, jarayon innovatsiyasi, tashkiliy innovatsiya, marketing innovatsiyasi, iqtisodiy innovatsiyalar, ijtimoiy innovatsiyalar, ijtimoiy-iqtisodiy innovatsiyalar.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Носирова Умида Мизробовна
Международный университет туризма и
культурного наследия «Шелковый путь»

Аннотация. Сегодня индустрия туризма как глобальное явление стремительно развивается как в экономически развитых странах, так и в странах, находящихся на пути развития. Развитие этой сферы происходит одновременно с развитием общества, то есть в ней заранее определяются желания и потребности людей. В данной статье рассмотрены теоретические подходы к инновационному развитию данной сферы.

Ключевые слова: туризм, инновации, инновации продуктов, инновации процессов, организационные инновации, маркетинговые инновации, экономические инновации, социальные инновации, социально-экономические инновации.

THEORETICAL APPROACHES TO THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SECTOR

Nosirova Umida Mizrobovna
"Silk Road" international university
of tourism and cultural heritage

Annotation. Today, the tourism industry as a global phenomenon is rapidly developing both in economically developed countries and in countries on the path of development. The development of this sphere takes place simultaneously with the development of society, that is, the desires and needs of people are determined in advance. This article discusses theoretical approaches to the innovative development of this field.

Keywords: tourism, innovation, product innovation, process innovation, organizational innovation, marketing innovation, economic innovation, social innovation, socio-economic innovation.

Kirish.

Turizm kabi ijtimoiy-iqtisodiy hodisaning mohiyatini aniqlash uchun ushbu konsepsiyaning genezisini o'rganamiz lozim. Turizm tushunchasiga bir nechta xalqaro tashkilotlar tomonidan uning ma'lum jihatlarini ochib beruvchi ta'riflar berilgan. Jumladan, Gaaga deklaratsiyasida (1989) turizmning ijtimoiy jihatiga alohida e'tibor qaratilgan. Ushbu hujjatda: "turizm - zamonaviy jamiyatda odamlar hayoti uchun zarur bo'lgan bo'sh vaqtdan unumli foydalanish, shaxslararo va xalqaro munosabatlarda zarur bo'lgan siyosiy, iqtisodiy va madaniy aloqalarning asosiy vositasiga aylangan faoliyat" deb keltirilgan. Mazkur xujjatda turizm jamiyat kundalik hayotining hodisasiga aylanib borayotganligi, shuningdek, odamlarning yashashi va ish joylaridan uzoqda bo'lgan barcha erkin harakatlari hamda ushbu harakatlar natijasida yuzaga keladigan ehtiyojlarni qondirish uchun yaratilgan xizmat ko'rsatish sohalarini qamrab olishi batafsil yoritib berilgan.

Butunjahon Turizm Tashkiloti (UNWTO-World Turizm Organization) ning konferensiya materiallarida turizmga quyidagicha ta'rif berilgan: "Turizm - bu ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy hodisa bo'lib, u odamlarning shaxsiy yoki biznes / kasbiy maqsadlarda odatdagi muhitdan tashqaridagi mamlakatlarga yoki joylarga ko'chib o'tishini nazarda tutadi. Bunda odamlar tashrif buyuruvchilar deb ataladi (ular turistlar yoki ekskursionistlar, rezidentlar yoki norezidentlar bo'lishi mumkin) va turizm ularning faoliyati bilan bog'liq bo'lib, ularning ba'zilar turizm xarajatlarini o'z ichiga oladi".²²

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonunda (2019): "**turizm** - jismoniy shaxsning vaqtincha bo'lish mamlakatidagi (joyidagi) manbalardan daromad olish bilan bog'liq bo'lgan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda doimiy yashash joyidan jo'nab ketishi (sayohat qilishi)" deb keltirilgan va uning asosiy prinsplariga: turistlarning, ekskursantlarning va turizm sohasi subyektlarining huquqlari, erkinliklari, qonuniy manfaatlarini hamda xavfsizligini himoya qilish ustuvorligi; turizmni barqaror rivojlantirish va buning uchun qulay shart-sharoitlar yaratish; turizm sohasida tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va raqobatni rivojlantirish belgilab berilgan.

Adabiyotlar sharhi.

Tadqiqot ishimiz davomida xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlarimizning zamonaviy ilmiy, ilmiy-uslubiy va o'quv adabiyotlarni tahlil qilib, turizmning mazmun-mohiyatini yoritishda turlicha qarashlar mavjudligi ma'lum bo'ldi. Turizm iqtisodiy hodisa sifatida ham, odamlar harakati, harakat sifatida ham, dam olishni tashkil etish shakli sifatida ham, madaniy va tarixiy meros bilan tanishish vositasi sifatida qaraladi. Bundan tashqari, har bir qarashda ushbu murakkab hodisaning alohida tomoni aks ettirilgan. Jumladan, ko'plab xorijiy iqtisodchi olimlar turizmga ta'rif berishda Xunsiker va Krapflar tomonidan berilgan umumiy nazariyaga asoslanadi, ya'ni "turizm - insonlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar va ularning yashash joyidan tashqaridagi faoliyati doimiy yashash tarziga aylanmasdan va mehnat haqi olish bilan bog'liq bo'lmagan holda kun kechirishi natijasida kelib chiqadigan munosabatlar majmui hisoblanadi (Лукачева и др. 2006). Ushbu ta'rifni to'liq anglash uchun turfirma, turagentlik va turoperatorlik faoliyatiga qaraganda keng soha ekanligini anglash lozim. Bundan tashqari, turizmning umumiy nazariyasi o'z ichiga odamlarning doimiy yashash joyidagi o'zaro munosabatlari hamda yashash joyidagi hududdan tashqarida daromad olishi bilan bog'liq bo'lgan munosabatlarni qamrab olmaydi.

Mahalliy iqtisodchi olimlarimizdan Safarovning (2011) xulosasi bo'yicha turizmga uch xildagi umumiy ta'riflar ishlab chiqilgan. Turizm - 1) tor ma'noda, turistik korxonalar faoliyati bilan chegaralanadigan soha; 2) keng ma'noda, jamiyat a'zolarining yashash joyidan tashqarida o'zlarining bo'sh vaqtlaridan unumli foydalanishi hamda zarur bo'lgan tovar va xizmatlarni qayta ishlash bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiy munosabatlar yig'idisi; 3) faqat iste'molchiga

²² <https://www.unwto.org/events/118-executive-council>

qaratilib, doimiy istiqomat qilish joyidan tashqarida hamda barcha tashvishlardan holi bo'lib, tovar va xizmatlarni iste'mol qilish jarayoni sifatida tushuniladi. Demak, uning fikriga ko'ra, "turizm - maqsadi insonlarning bo'sh vaqtida dam olishi va sayohat qilishining turli xillariga hamda mavjud bo'lgan turistik resurslardan samarali tarzda foydalanishga, tobora o'sib borayotgan ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan faoliyatni ta'minlovchi korxonalar va tarmoqlarning majmuini ifodalovchi iqtisodiy kategoriya sifatida ko'rilishi lozim".

Turizm sohasi Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD – Organization for Economic Cooperation and Development) mamlakatlari iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki ularning iqtisodiy o'sishi, yangi bo'sh ish o'rinlarining yaratilishi, aholi bandlik darajasi va ular daromadining oshishini ta'minlaydi. Shuningdek, iqtisodiyotning globalashuvi va unda turizmning tutgan o'rnini hisobga olgan holda, soha raqobatbardoshligini ta'minlash va uni oshirish muhim hisoblanadi. Shuning uchun turistik faoliyat bilan shug'ullanuvchi firmalar raqobatda omon qolishi va raqobat ustunliklarini saqlab qolishi ushuncha sohada doimiy ravishda innovatsiyalarni joriy qilishlari lozim. Bundan tashqari, innovatsiya orqali yangi mahsulot va xizmat turlarini yaratish hamda ularning xarajatlarini kamaytirish, marketing xizmatlarini yaxshilashga erishish mumkin. Shundan kelib chiqib, turizm sohasini innovatsion rivojlantirish masalasini o'rganishda avvalo innovatsiya, uning mazmun-mohiyati, turlari va xususiyatlarini yoritishda bir qator xorijiy hamda mahalliy iqtisodchi olimlarning nazariy qarashlarini tahlil qilishni maqsadga muvofiq deb topdik.

Jumladan, innovatsiyaning iqtisodiy konsepsiyasi 1934-yilda avstriyalik iqtisodchi olim Shumpeter (1934) tomonidan "Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi" nomli kitobida ilmiy jihatdan asoslab berilgan. U "innovatsiyani yangi mahsulotlar, yangi jarayonlar, yangi bozorlar va yangi xom-ashyo manbalarini ishlab chiqarish, ya'ni sanoat korxonalarini yangidan shakllantirish sifatida tasniflagan. J.Shumpeter iqtisodiyot faniga yangi iqtisodiy sikl manbai sifatida "ijodiy halokat" tushunchasini kiritib, inqirozdan chiqish yo'li sifatida innovatsiyalarni tadbqiq etgan hamda uni iqtisodiy o'sish bilan bog'lagan. Bundan tashqari, bir nechta mualliflar: Drejer (2004), Fagerberg (2004), Wairmeir(2006) va Hjalager(2002) kabi iqtisodchi olimlar J.Shumpeter tomonidan innovatsiya va uning turlariga berilgan tasnifdan foydalanib, turizm sohasida innovatsiyalar tipologiyasini ishlab chiqadilar. Shuningdek, yuqorida qayt etilgan olimlarning tasniflari asosida Oslo qo'llanmasining uchinchi nashrida turizm sohasida innovatsiya turlarining quyidagi tasnifi chop etilgan:

- **Mahsulot innovatsiyasi:** bosqichma-bosqich o'zgartirilgan yoki tijoratlashtirishga qodir bo'lgan tubdan yangi tovar yoki xizmat.
- **Jarayon innovatsiyasi:** bosqichma-bosqich o'zgartirilgan yoki tubdan yangi ishlab chiqarish jarayoni va yetkazib berish usulini amalga oshirish.
- **Tashkiliy innovatsiya:** bosqichma-bosqich o'zgartirilgan yoki yangi tashkiliy usul va boshqaruv shaklini amalga oshirish.
- **Marketing innovatsiyasi:** bosqichma-bosqich o'zgartirilgan yoki sotish bozorini rivojlantiruvchi yangi marketing strategiyasini amalga oshirish (OECD, 2005).

Innovatsiya va innovatsion faoliyatni jivojlantirish bo'yicha ko'plab tadqiqot ishlarini olib borgan iqtisodchi olim Robert Taker (2006) innovatsiyaga quyidagicha ta'rif bergan: "innovatsiya – bu yangi g'oyalarni ishlab chiqish va ularni amalda tadbqiq etishdir, ya'ni g'oyalar bo'lmasa innovatsiyalar ham bo'lmaydi, shuningdek, innovatsiyaning o'ziga xos muhim belgisi g'oyalarni amaliyotda qo'llash hisoblanadi".

Tadqiqotchilar Bayev va Shugurovalar (1995) "innovatsiya" tushunchasini aniqlashning quyidagi 5 ta yondashuvini ajratib ko'rsatishgan:

1. **Obyektga asoslangan yondashuv,** bunda innovatsiyani ilmiy-texnika taraqqiyotining o'ziga xos mahsuloti sifatida tushunishni nazarda tutadi.
2. **Obyekt-utilitar yondashuv,** bunda ijtimoiy ehtiyojlarni qondirish nuqtai nazardan yangi mahsulot, xizmat va texnologiya ko'rinishidagi innovatsion faoliyat natijasini tavsiflaydi.

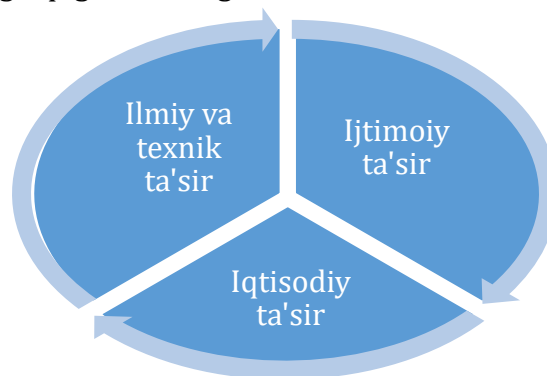
3. Jarayonga asoslangan yondashuv, mazkur yondashuv “innovatsiya” tushunchasini ishlab chiqishdan boshlab yangi tovarlar, xizmatlar, texnologiyalar, tashkiliy shakllar va boshqalarni joriy etishgacha bo‘lgan bosqichlarni o‘z ichiga olgan murakkab jarayon sifatida izohlaydi.

4. Jarayon-utilitar yondashuv, bu sodir bo‘layotgan jarayonlarning iqtisodiy-ijtimoiy afzalliklarini ta’kidlaydi.

5. Jarayon-moliyaviy yondashuv, ushbu yondashuvda “innovatsiya” deganda yangi mahsulotlar, xizmatlar, texnologiyalar va boshqalarni ishlab chiqarishga investitsiya kiritish jarayoni sifatida tushuniladi.

Ayrim tadqiqotchilar innovatsiyani g‘oya va ishlanmalarni amaliy qo‘llash jarayoni deb hisoblaydilar. Shuningdek, Твисс (1989), Санто (1990) va Новиковлар (2010) esa innovatsiyani ijtimoiy-iqtisodiy jarayonning yakuniy natijasi sifatida qaraydi. Bu ikkala yondashuv bir-birini inkor etmaydi, balki innovatsiyaning ko‘p qirrali tushuncha ekanligidan dalolat beradi.

Rossiyalik iqtisodchi olim Fatxutdinovning (2012) fikricha, “innovatsiya - bu boshqaruv obyektini o‘zgartirish va iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik, ilmiy, texnik yoki boshqa turdagi ta’sirlarni olish maqsadida yangilikni joriy etishning yakuniy natijasidir”. “Innovatsiya” tushunchasiga berilgan ta’riflarga ko‘ra, innovatsiyani ishlab chiqish, uni yaratish, amaliyotga joriy etish va tarqatish qonunga xilof bo‘lib, bu bosqichlar jarayon sifatida innovatsion faoliyat bilan bog‘liq bo‘lishi va uning natijasi yangilik yoki innovatsiyalar bo‘lishi mumkin”. Bizning fikrimizcha, Fatxutdinov (2012) obyektiv yondashib, “innovatsiya” va “innovatsion faoliyat” kategoriyalarini bir-biridan farqlab, mazkur tushunchalarga miqdor va sifat jihatdan baho beragan. Chunki innovatsiya boshqaruv obyektini o‘zgartirish jarayoniga iqtisodiy, ilmiy-texnikaviy va ijtimoiy jihatdan ta’sir qiladi. Mazkur elementlar bir-biriga o‘zaro bog‘langan bo‘lib, innovatsion jarayonning turli bosqichlarida namoyon bo‘ladi. Quyidagi 1.1-rasmda ushbu ta’sirlarning o‘zaro bog‘liqligi ifodalangan.



1.1-rasm. Innovatsion jarayonga ilmiy-texnik, ijtimoiy va iqtisodiy ta’sirlarning bog‘liqligi

Manba: Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

Innovatsion jarayonning barcha bosqichlarida ijtimoiy-iqtisodiy samaraga erishishda, shuningdek, ilmiy-texnik ta’sir tajriba konstruktorlik ishlanmalarni amaliyotga joriy etishda, ilmiy samara fundamental va amaliy tadqiqotlarda, texnik samara esa ishlab chiqarishni rivojlantirish jarayonida amalga oshirilishi mumkin.

Fatxutdinov (2012) innovatsiyalarni tasniflashda bir nechta xususiyatlarini ajratib ko‘rsatgan. Ular quyidagilar:

- yangilik darajasi;
- yangilik joriy qilingan hayot siklining bosqichi;
- innovatsiyalarning yangilik ko‘lami;
- milliy iqtisodiyotda innovatsiyalarning o‘rni;
- yangilikni qo‘llash qamrovi;

–innovatsiya natijasida olingan samaradorlik va boshqalar.

Bundan tashqari, mahalliy olimlarimiz tomonidan ham innovatsiya, uning mazmun-mohiyati, turlari va xususiyatlariga oid ko'plab tadqiqot ishlari olib borilmoqda. Jumladan, Aliyevning (2019) fikricha, "innovatsiya – bu yangicha g'oya, ishlab chiqarishga tadbiiq etilgan yangicha yondashuv, yangi texnologiya va ishlab chiqarilgan yangi mahsulot, boshqaruvdagi yangicha usul, umuman, barcha jabhalardagi yangi islohotlardir". Ushbu olim innovatsiyani faqatgina so'ngi yangilik emas, balki shu bilan birga amaliyotda qo'llanilgan, jamiyatga ijtimoiy-iqtisodiy foyda keltiradigan vosita sifatida talqin qilgan.

Bektemirov va boshqalar (2020) innovatsiyaga quyidagicha ta'rif berganlar: "innovatsiya – bu yuqori iqtisodiy va ijtimoiy samara olish maqsadida ishlab chiqarish jarayoniga ilg'or ilm-fan yutuqlarini joriy etish bilan yangi tovarlar yaratish yoki ishlab chiqarilayotgan tovarlar sifatini oshirishdir". Ularning fikricha, innovatsiya fanda yangilik va kashfiyotlar yaratish, shuningdek, yangi bilimlarni ochish, texnika va texnologiyalarning keyingi avlodini yaratish, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarida yangi metodlarni kiritishda yuzaga keladi. Innovatsiyani fan sig'imi yuqori bo'lgan tarmoq sohalarida iqtisodiy o'sish, barqarorlikni ta'minlash va raqobatbardoshlikni oshirishning asosiy vositasi sifatida ta'riflaydi. Fikrimizcha, ushbu olimlar innovatsiyaning ilm-fan, texnika-texnologiyada erishilgan yangiliklar va ularning amaliyotda joriy qilinishi natijasida olinadigan tijoriy samarasi kabi xususiyatlariga e'tibor qaratishgan. Ammo innovatsiyalar har qanday sohada joriy qilinishi, ularning turlari, ijtimoiy samarasi va boshqa o'ziga xos xususiyatlari olimlarning nazaridan chetda qolgan.

Yuqorida keltirilgan olimlarning ta'rif, tasnif va yondashuvlaridan kelib chiqib, "innovatsiya" kategoriyasiga quyidagicha ta'rif beramiz. Bizning fikrimizcha, "**innovatsiya** – bu inson kapitalining mahsuli bo'lib, yangi bilim, g'oya va ishlanmalarni ishlab chiqarish hamda xizmat ko'rsatish sohalariga tadbiiq etish natijasida yuzaga keladigan yangilikdir". Ya'ni ilmiy-amaliy g'oyalarni amaliyotga qo'llash va tijoratlashtirish jarayonida ijtimoiy-iqtisodiy samaraga erishish uchun mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarish hamda sotish jarayonini takomillashtirish usuli yoki texnologiyasi hisoblanadi.

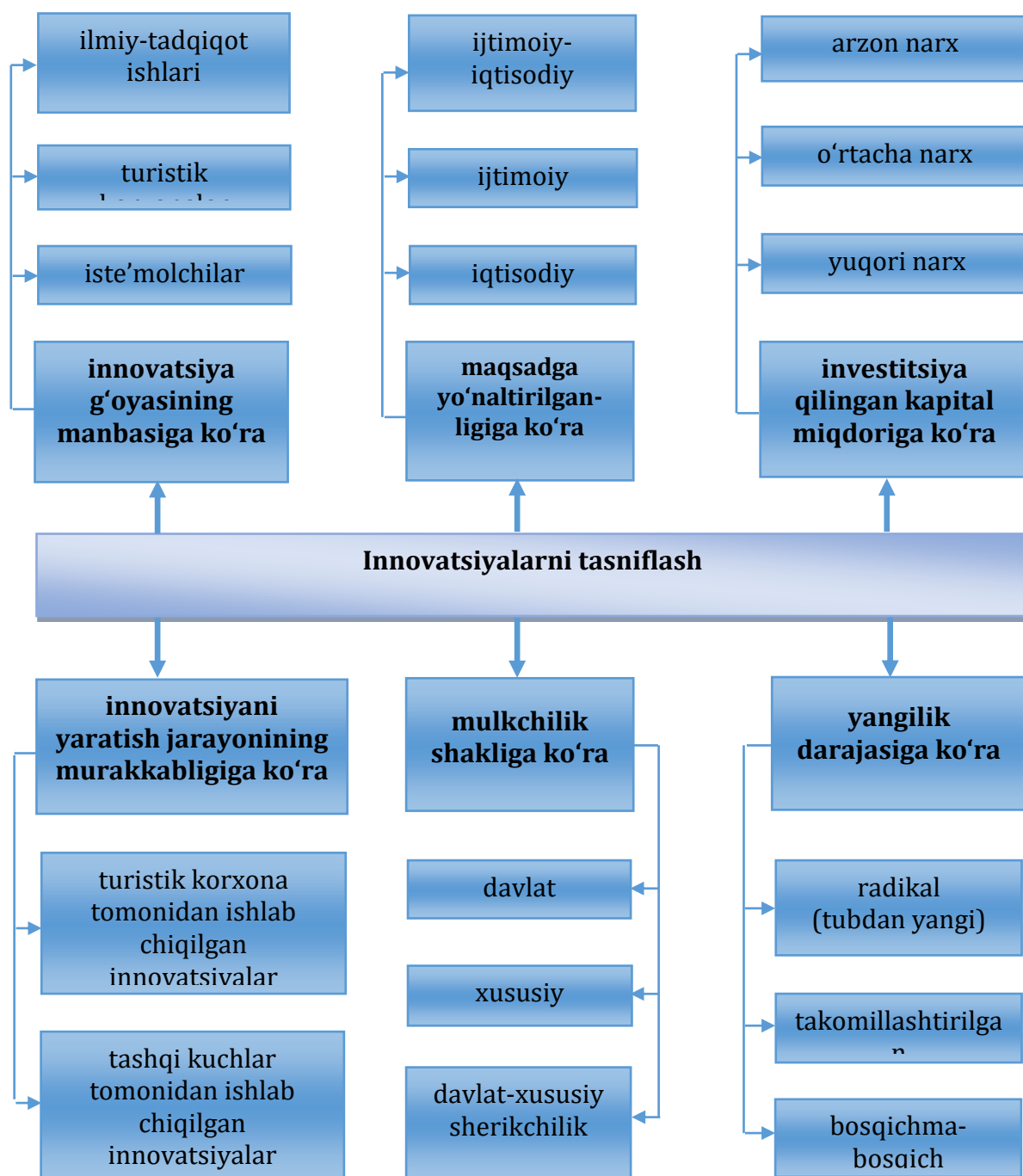
Iqtisodiyotning har qanday soha va tarmoqlarida innovatsiyalarni kompleks rivojlantirish tendensiyalari va qonuniyatlarini chuqur o'rganish, shuningdek, ularni joriy qilishning samarali usullarini aniqlash murakkab metodologik jarayon hisoblanadi. Ushbu jarayonni to'liq tahlil qilish va uni anglash innovatsiyalarning tasnifini ishlab chiqishni taqozo etadi. Bundan tashqari, innovatsiyalar murakkab va ko'p qirraliligi tushuncha bo'lib, ularni tasniflashning bir nechta xususiyatlari mavjud. Jumladan, Novikovning (2010) konsepsiyasida innovatsiyalarning qo'llash doirasi, ko'lami va tabiatiga oid xususiyatlari keltirilgan. Mazkur konsepsiyada innovatsiyalarni global, mintaqaviy, hududiy, milliy va korxonada miqyosida tarqalishi hamda keng ko'lamda joriy etish mumkinligi kabi xususiyatlariga alohida e'tibor qaratilgan. Shu bilan birga, iqtisodchi Belokrilova (2009) innovatsiyalarni quyidagi bir nechta me'zonlar asosida tasniflagan: "innovatsion salohiyat darajasi; yangilik darajasi, tarqalish darajasi, intensivlik darajasi; qo'llanilish doirasi; innovatsiyalar tezligi; miqyosi; ko'lami; bozorda kutilayotgan ulush.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Innovatsiyalarni tasniflashda turli xil yondashuvlarni tahlil qilish asosida ularning o'ziga xos xususiyatlarini umumlantirish, tizimlashtirish hamda shu asosda innovatsiyalarning ilmiy asoslangan tasnifini yaratish muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega hisoblanadi. Shundan kelib chiqib, yuqorida bayon qilingan innovatsiyalarga oid tasniflarni to'ldirib, takomillashtirgan holda turizm sohasini barqaror rivojlantirish jarayonini hisobga olib, turizm sohasida qo'llaniladigan innovatsiyalarning tasnifini ishlab chiqishni maqsadga muvofiq deb topdik va ularning quyidagi turlarini farqladik: innovatsiya g'oyasining manbaiga ko'ra; maqsadga yo'naltirilganligiga ko'ra; investitsiya jalb qilingan kapital miqdoriga ko'ra; innovatsiyalarni

yaratish jarayonining murakkabligiga ko'ra; mulkchilik shakliga ko'ra; yangilik darajasiga ko'ra (1.2-rasm).

Bugungi kunda zamonaviy iqtisodiy manbalarda, shuningdek, Morozov (2000) va Fatxutdinovlarning (2008) ilmiy adabiyotlarida innovatsiyalarni tasniflashning ko'plab mezonlari taklif etilgan. Innovatsiyalarning yangilik darajasi, mazmuni va tuzilishi, amal qilish ko'lamini, iste'mol xususiyatlarining tabiati va boshqa xususiyatlar alohida tadqiq etilgan. Demak, tahlillarimizdan ko'rinib turibdiki, iqtisodchi olimlar tomonidan ishlab chiqilgan tasniflar turli xil mezonlar va innovatsiyalarning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib amalga oshirilgan. Lekin ushbu tasniflar bir-biriga qarama-qarshi emas, balki o'zaro bir-birini to'ldiradi.



1.2-rasm. Turizm sohasida qo'llaniladigan innovatsiyalarning tasnifi

Manba: Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

Turizm sohasini barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun innovatsiyalardan samarali foydalanishda "innovatsiya g'oyasining manbasi" asos bo'lib hisoblanadi. Buning natijasida uning hayot siklining umumiy konsepsiyasi shakllanadi va innovatsiyalarni qo'llash doirasi hamda ularni amalga oshirish samaradorligining sifat ko'rsatkichlari aniqlanadi. Shuningdek, innovatsion g'oyalarning paydo bo'lishi va ushbu g'oyalarning manbasidan kelib chiqib, biz innovatsiyalarning quyidagi 3 ta turini ajratib ko'rsatdik. Ular:

- iste'molchilar tomonidan yaratiladigan innovatsiyalar;
- turistik korxonalar tomonidan yaratiladigan innovatsiyalar;
- ilmiy tadqiqot ishlari natijasida yuzaga keladigan innovatsiyalar.

Turizm sohasida turistik xizmatlarning iste'molchisi sohada takror ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirishda asosiy o'rinni egallaydi. Chunki iste'molchilarning dam olishi, borliqni anglashi va turistik sayohatga bo'lgan ehtiyojlari tufayli zamonaviy turizm industriyasi shakllandi. Mazkur sohaning kelajakdagi rivojlanish tendensiyalari turistlarning ehtiyojlari bilan uzviy bog'liq bo'lib, sohada ishlab chiqilayotgan va joriy etilayotgan innovatsiyalarning yo'nalishlari va xususiyatlarini belgilab beradi.

Turizm sohasi keng qamrovli soha bo'lib, faoliyat sohalari bir-biridan tubdan farq qiladigan turli xil korxonalarni birlashtiradi. Masalan sayyohlik korxonalari, turfirmalar, ekskursiya byurolari va transport korxonalari va boshqalar. Shundan kelib chiqib aytishimiz mumkin-ki, har qanday korxonaning o'ziga xos xususiyatlari va muammolari mavjud bo'lib, ularni batafsil tahlil qilib, o'rganish ma'lum bir turizm korxonasining maqsad va vazifalariga erishish uchun qanday yangiliklar talab qilinishini aniqlash imkonini beradi.

Bugungi kunda turizm sohasida innovatsiyalarni joriy qilishning yana bir manbasi avvalo, ushbu sohada joriy etish uchun mo'ljallanmagan tadqiqot va ishlanmalar hisoblanadi. Masalan, mashinasozlik, aviatsiya, kemasozlik, qurilish kompaniyalari, zamonaviy texnologiyalar, ta'lim va boshqa sohakarda ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borilishi kelajakda ushbu sohalar uchun innovatsiya ko'rinishida kirib keladi. Shunday ekan, turizm sohasida innovatsiyalarni joriy etish birinchi navbatda, hududning umumiy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasi va uning innovatsion rivojlanish darajasiga bog'liq deb aytishimiz mumkin.

Innovatsiyalarning xususiy, davlat va aralash shaklda bo'lishidan bilishimiz mumkinki, turizm sohasida innovatsiyalarni rivojlantirish turli xil maqsadli yo'nalishlarga ega bo'lishi mumkin: birinchidan, iqtisodiy foyda keltirishi; ikkinchidan ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lishi; uchinchidan ham ijtimoiy ham iqtisodiy jihatdan innovatsion rivojlanishga hissa qo'shishi lozim. Shuning uchun biz innovatsiyalarni quyidagi maqsadlarga yo'naltirilga bo'lishi kerak degan xulosa keldik:

- iqtisodiy innovatsiyalar;
- ijtimoiy innovatsiyalar;
- ijtimoiy-iqtisodiy innovatsiyalar.

Innovatsiyalarning bunday turlarga ajratish turizm sohasini barqaror, raqobatbardosh rivojlantirish maqsadlari bilan uzviy bog'liq bo'lib, turizm sohasining takror ishlab chiqarish jarayonlarida obyektiv ravishda namoyon bo'ladi. Demak, iqtisodiy innovatsiyalar marketingning zamonaviy usullarini qo'llash va ularni takomillashtirish orqali turizm sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarining iqtisodiy ko'rsatkichlari o'sishini ta'minlashga qaratilgan bo'ladi. Ijtimoiy innovatsiyalar kishilik jamiyat, urf-odati va madaniyatining rivojlanishi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ko'plab ijtimoiy muammolarga yechim topishga yordam beradi. Masalan, bularga: global ekologik va oziq-ovqat xavfsizligi muammolari sababli aholining sog'lig'ini saqlash; psixologik va ma'naviy holatini yaxshilash; turizm sohasini innovatsion rivojlantirish uchun malakali mutaxassis-kadrlar tayyorlashning zamonaviy tizimini shakllantirish, ularning mehnat sharoitlarini yaxshilash va unumdorligini oshirish; atrof-muhit holatini sog'lomlashtirish, shuningdek, aholi va turistlar uchun qulay ekologik sharoitlarni ta'minlash kabilarni kiritishimiz mumkin.

Bizga ma'lumki, innovatsiyalarni amaliyotga joriy qilish uchun albatta, investitsiyalarni jalb qilish lozim. Chunki har qanday yangilik, ilmiy-texnik go'yalarga investitsiya kiritilmasa, u innovatsiyaga aylana olmaydi. Shunday ekan, innovatsiyalarga kiritilgan investitsiya kapitali miqdoridan kelib chiqib, biz uyidagi narxdagi innovatsiyalarni aniqlaymiz:

- yuqori narxli innovatsiyalar;
- o'rtacha narxli innovatsiyalar;
- arzon narxli innovatsiyalar.

Yuqori narxlardagi innovatsiyalar katta ilmiy-tadqiqot ishlanmalarini talab qiladigan texnik jihatdan murakkab innovatsiyalarni o'z ichiga oladi, bu esa katta vaqt va moddiy xarajatlarni talab qiladi. Biroq, ilm-fan va innovatsiyalarning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash kuchayishiga qaramasdan, innovatsion faoliyat turlari, shu jumladan turizm sohasida qo'llaniladigan innovatsiyalar tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, aksariyat korxonalar, shuningdek, turistik korxonalar ilmiy-tadqiqot ishlarini o'z ichiga olmaydigan arzon narxlardagi innovatsiyalardan foydalanadilar. Iqtisodiyotning boshqa tarmoqlariga qaraganda, turizm sohasining muhim farqlovchi xususiyati arzon narxlardagi innovatsiyalardan ko'proq foydalanishidir. Arzon innovatsiyalar asosan ijtimoiy sohada qo'llaniladigan innovatsiyalar bo'lib, uni jamiyatning o'zi, ya'ni odamlarning ma'lum guruhlarini tomonidan asta-sekin yaratiladi va jamiyatda keng qo'llaniladi. Shuning uchun ham bunday innovatsiyalar ko'p xarajat talab etmaydi.

Innovatsiyalarni amalga oshirishda, ya'ni uni yaratish jarayonida qanchalik murakkab ekanligiga qarab, ularni quyidagilarga ajratamiz:

- turizm korxonasi tomonidan ishlab chiqilgan innovatsiyalar;
- tashqi kuchlar tomonidan ishlab chiqilgan innovatsiyalar.

Xulosa va takliflar.

Turizm sohasida markazlashgan ilmiy-tadqiqot tashkilotlari mavjud bo'lmaganligi sababli, turizm sanoati korxonalarini tashabbusni o'z qo'llariga oladi. Agar innovatsiya oddiy texnologiya asosida yaratilsa, korxonalar ishchi-xodimlari zarur kasb-malakaga ega bo'lsa, turistik korxonalar mustaqil ravishda yangiliklarni ishlab chiqishi va amaliyotga tadqiq etadilar. Masalan, turizm bozori uchun tubdan yangi turistik marshrutni tashkil etish va uni amalga oshirish. Agar turizm sohasida innovatsiya murakkab bir nechta xususiyatlarga ega bo'lsa va uni yaratish uchun tegishli binolar, ma'lum bir xom-ashyo materiallari, ishchi-mutaxassislar guruhi va boshqalar kerak bo'lsa, yangilik ushbu sohada katta bilim va tajribaga ega boshqa tashkilotlarga buyurtma berilishi mumkin. Bunday innovatsiyalar qatoriga turizm kompaniyasini xalqaro turizm bozorlariga olib chiqish uchun yirik zamonaviy marketing strategiyasini ishlab chiqish yoki mehmonxona boshqaruvining yangi qaramlashtirilgan tizimlarini yaratish va hokazo kiradi.

Ummuman olganda, iqtisodiyot tarmoqlarining davlat tomonidan tartibga solinishi va qo'llab-quvvatlanishi muhim hisoblanadi. Sababi ko'plab iqtisodiy jihatdan taraqqiy etgan mamlakatlar tajribasi davlatning ilm-fan va innovatsiyalarga alohida e'tibor qaratishi mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda, shuningdek, turizm sohasini barqaror rivojlanishini ta'minlashda ko'plab ijobiy natijalarga erishganini ko'rishimiz mumkin. Shunday ekan innovatsiyalarni mulkchilik shakllari bo'yicha tasniflash maqsadga muvofiq deb topdik. Ular:

- davlat tomonidan joriy qilingan innovatsiyalar;
- xususiy korxonalar tomonidan joriy qilingan innovatsiyalar;
- davlat-xususiy sherikchilik asosida joriy qilingan innovatsiyalar.

Bundan tashqari, jamoat innovatsiyalari davlat tomonidan davlat byudjeti mablag'lari hisobidan moliyalashtiriladi, ya'ni bularga; qonun ijodkorligi; kosmik tadqiqotlar; ekologik va atrof muhitni muhofaza qilishga oid tadqiqotlar va boshqa sohalardagi innovatsiyalarni kiritishimiz mumkin. Odatda, iqtisodiyotning barcha soha va tarmoqlarida, shuningdek, turizm sohasida davlat tomonidan joriy qilingan innovatsiyalar foyda olish uchun emas, balki

mamlakatda turizm sohasini innovatsion rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratishga qaratilgan bo'ladi.

Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida xususiy innovatsiyalar xususiy mulk obyektiga asoslangan bo'lib, ular asosan erkin raqobat muhitida yuzaga kelib, takomillashib boradi. Chunki har qanday korxonalar raqobatda sinib ketmasliklari uchun yangidan-yangi g'oya va ishlanmalar ustida tadqiqot olib borib, raqobatbardoshlik va barqarorlikni sablab qolishga intiladi. Aksariyat hollarda xususiy innovatsiyalar tijorat innovatsiyalari sifatida namoyon bo'ladi, ya'ni faoliyatdan asosiy maqsad foydaga yo'naltirilgan bo'ladi. Bunday innovatsiyalarning manbai turistik korxonalar yoki umuman olganda sanoatning foydasi hisoblanadi. Bundan tashqari, foyda marjasining oshib borishi innovatsiyalarni joriy qilish uchun rag'bat bo'lib xizmat qiladi va innovatsiyalarni yaratish, ishlab chiqarish hamda xizmat ko'rsatishga tadbir etish va marketingning zamonaviy usullaridan foydalangan korxonalar ko'proq foyda olishlari mumkin.

Yangidan joriy qilingan innovatsiyalar natijasida olingan foyda innovatsion foyda sifatida belgilanadi. Biroq, erkin raqobat kurashida innovatsion foyda vaqtinchalik bo'lishi mumkin. Chunki raqobatchi korxonalar bir-birlaridan innovatsiyalarni juda tez o'zlashtirib oladilar. Shunga qaramay, bozor iqtisodiyoti sharoitida innovatsion foyda doimo mavjud bo'lib, uning roli juda muhim hisoblanadi. Sababi, ushbu foyda kelajakda yaratiladigan innovatsion loyihalar uchun muhim manba bo'lib xizmat qiladi. Davlat-xususiy yoki aralash innovatsiyalar davlat va xususiy kapitalning notijorat hamkorligidan kelib chiqadi. Zamonaviy iqtisodiyotda innovatsion loyihalarni birgalikda moliyalashtirish, ayniqsa globalashuvning kuchayishi sharoitida tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Masalan: kosmik turizm uchun samolyotlar yaratish; telekommunikatsiya uskunalari ishlab chiqarish; dunyo bo'ylab sayyohlik markazlarini xorijdan targ'ib qilish bo'yicha yirik marketing loyihalarini amalga oshirish; turistik diqqatga sazovor joylarning global axborot bazalarini yaratish va boshqalar. Davlat va xususiy sektorning (Private Public Partnership – PPP) o'zaro hamkorligiga bag'ishlangan nashrlar tahlilidan shuni aytishimiz mumkin-ki, davlat va xususiy sektor o'rtasidagi sheriklik konsepsiyasi barqaror va uzoq muddatli ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga erishishga qaratilgan loyihalar hisoblanadi.

Innovatsiyalarning yangilik darajasiga kelsak, avstriyalik klassik iqtisodchi J.Shumpeter tubdan yangi innovatsiyalarni yaratishda tadbirkorning rolini alohida ta'kidlab o'tgan. U innovatsiyalarni radikal va bosqichma-bosqich yaratilgan innovatsiyalarga farqlab o'rgangan. Biz ham yuqoridagi fikrlarga tayanib, innovatsiyalarni quyidagi turlarini farqladik:

- tubdan yangi (radikal) innovatsiyalar;
- takomillashib boradigan innovatsiyalar;
- bosqichma-bosqich yaratiladigan innovatsiyalar.

Radikal innovatsiyalar ko'p hollarda texnika-texnologiyalar bilan chambarchas bog'liq bo'ladi. Turizm sohasida radikal innovatsiyalarga misol keltiramiz. Masalan, turistik korxonalar uchun sifat menejmentining o'ziga xos elektron tizimini yaratish. Bundan tashqari, bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan innovatsiyalar uzluksiz jarayon davomida to'planib boradigan o'zgarishlarni o'z ichiga oladi. Shuningdek, turizm sohasida innovatsiyalar takomillashib, sifatni yaxshilash, energiyani tejash, mahsulotlarni qayta ishlash, uskunalarning ishlashi va xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarni kamaytirish kabi alohida xususiyatlarga ega.

Shunday qilib, biz taklif qilgan innovatsiyalarning tasnifi ilmiy-amaliy ahamiyatga ega bo'lib, ular turizm sohasida qo'llaniladigan innovatsiyalarning tamoyillari va shakllarini belgilab beradi. Bu esa har bir yangilik ko'lami, ahamiyati va imkoniyatlarini aniqlash imkonini beradi. Bundan tashqari, innovatsiyalar tasniflarining xilma-xilligi turizm sohasini innovatsion rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish orqali sohada barqarorlikni ta'minlash, erkin raqobat muhitida raqobatda orqada qolmaslik uchun raqobatbardoshlikni oshirish imkonini beradi. Shuningdek, uzoq muddatli iqtisodiy rivojlanishga erishish nafaqat resurslar bilan ta'minlash, balki ushbu resurslardan samarali

foydalanish va qayta tiklash bo'yicha yangi yechimlarni izlashga yordam beradigan innovatsion faoliyatga ham bog'liq hisoblanadi. Shundan kelib chiqib, innovatsion faoliyat va uning o'ziga xos xususiyatlari hamda vazifalarini aniqlab olishimiz zarur.

Adabiyotlar/Lumepamypa/Reference:

- Aliyev Y.E. (2019) *Innovatsion iqtisodiyot. O'quv qo'llanma.* – Toshkent: Iqtisodiyot, 236 bet. 10-11 betlar.
- Bektemirov A.B., Ruzibayeva N.X., Azimova R.I. (2020). *Investitsiya va innovatsiyalar. O'quv qo'llanma /– Toshkent:– 432 b. 348-350 betlar.*
- Declaration (1989), *Hague Declaration on Tourism. The Hague, (1989), April 10-14.* Available at: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33416301.
- Drejer, I. (2004), "Identifying innovation surveys of services", *Research Policy*, 33, 551-562.
- Fagerberg, J., godinho, M. M., (2004), "Innovation and Catching-up", in Fagerberg, J., Mowery, D., Nelson, R., (eds.) *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press, Oxford, 514-544.
- Hjalager, A. M. (2002), "Repairing innovation defectiveness in tourism", *Tourism Management*, 23, 465-474.
- OECD (2005). *Oslo Manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data.* OECD, Paris.
- Qonun (2019) *O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonuni. Toshkent sh., 2019-yil 18-iyul, O'RQ-549-son. 3-modda. Lex.uz*
- Schumpeter, J. (1934), *The Theory Of Economic Development*, Harvard University Press, USA.
- Weiermair, K. (2006), "Product improvement or innovation: what is the key to success in tourism?", *Innovation and growth in tourism, OECD, Paris*, 53-69.
- Баев, Л.А. (1995). *Системный подход к определению инновации / Л.А. Баев, В.Э. Шугуров // Современные технологии социально-экономических систем. – Челябинск: Изд-во ЧГТУ,– 210 с.*
- Белокрыловой О.С. (2009). *Теория инновационной экономики: учебник / под ред. – Ростов н/Д: Феникс,– 376 с.*
- Лукачева Л.И., Кварталнов В.А., Исаев В.А. и др. (2006), *Менеджмент туризма. Основы менеджмента. Учебник. -М.: Финансы и статистика, 352 с.*
- Морозов Ю.П. (2000) *Инновационный менеджмент: Учебное пособие.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 446 с.*
- Новиков В.С. (2010). *Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С.Новиков. – 3-е изд., испр. и допол. – М.: Издательский центр «Академия»,– 208 с.*
- Роберт Б. Такер. (2006). *Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний. М.: Олимп-бизнес, 224 с.*
- Санто, Б. (1990). *Инновация как средство экономического развития / Б. Санто: пер. с венг. с изм. и доп. автора; общ. ред. и вступ. от Б.В. Сазонова. – М.: Прогресс,– 296 с.*
- Сафаров Б.Ш. (2011), «*Минтақавий туризм хизмат бозоринг иқтисодий механизмини такомиллаштириш*» мавзусидаги иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган дисс. Самарқанд-21-б.
- Твасс, Б. (1989). *Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твасс пер. с англ. – М.: Экономика,– 271 с.*
- Фатхутдинов Р.А. (2008).- *Инновационный менеджмент: Учебник для вузов.- 6-е изд. - СПб: Питер, 447 с*
- Фатхутдинов Р.А. (2012) *Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 6-е изд. – СПб.: Питер,– 448 с.*
- <https://www.unwto.org/events/118-executive-council>