

20-Fevral, 2026-yil

**TURIZM SOHASIDA INNOVATSION RIVOJLANISHNING KONSEPTUAL
VA NAZARIY ASOSLARI**

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

Turizm va mehmondo'stlik yo'nalishi

2-bosqich Magistranti **Temirov Azizbek**

Annotatsiya: Hozirgi kunda turizm sohasi nafaqat iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda, balki rivojlanish bosqichida bo‘lgan davlatlarda ham tez sur‘atlar bilan o‘sib bormoqda. Ushbu sohaning taraqqiyoti jamiyat rivoji bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, unda odamlarning ehtiyoj va istaklari oldindan belgilovchi omil sifatida namoyon bo‘ladi. Maqolada turizm sohasida innovatsion jarayonlarni nazariy jihatdan o‘rganish, ularning mohiyati, turlari va amaliy ahamiyati tahlil qilinadi.

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

Аннотация. В современном мире туристическая отрасль стремительно развивается как в развитых странах, так и в странах, находящихся на этапе развития. Развитие туризма тесно связано с прогрессом общества, где ключевую роль играют потребности и интересы людей. В статье рассматриваются теоретические подходы к инновационному развитию туризма, раскрываются виды и сущность инноваций, а также их практическое значение для индустрии.

Ключевые слова: туризм, инновации, продуктовые инновации, процессные инновации, организационные инновации, маркетинговые инновации, экономические инновации, социальные инновации, социально-экономические инновации.

Annotation. Currently, the tourism industry is expanding rapidly in both developed and developing countries. The growth of this sector is closely intertwined with societal progress, where human needs and preferences play a central role. This article explores theoretical approaches to the innovative development of tourism, analyzing the types, essence, and practical significance of innovations within the sector.

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

KIRISH

Turizm sohasida innovatsion rivojlanishni samarali tashkil etish nafaqat nazariy yondashuvlarga, balki mustahkam huquqiy bazaga ham tayanadi. O‘zbekiston Respublikasida turizmni modernizatsiya qilish va innovatsiyalarni joriy etish bo‘yicha izchil normativ-huquqiy asoslar shakllantirilgan.

Avvalo, O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni turizm faoliyatining asosiy prinsiplarini belgilab beradi. Qonunda ta’kidlanishicha, *“turizm sohasini rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlaridan biri — zamonaviy xizmatlar joriy etish va turizm infratuzilmasini innovatsion asosda rivojlantirishdir”*.¹¹ Mazkur norma turizmدا innovatsiyalarni davlat siyosatining muhim elementi sifatida mustahkamlaydi.

Shuningdek, mamlakatda innovatsion iqtisodiyotni rivojlantirishga qaratilgan “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”gi Qonun ham turizm sohasi uchun metodologik asos bo‘lib xizmat qiladi. Ushbu hujjatda innovatsiya quyidagicha talqin etiladi: *“innovatsiya — amaliyotga joriy etilgan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot, jarayon, marketing usuli yoki tashkiliy usuldir”*. Bu ta’rif turizmда mahsulot, jarayon, marketing va tashkiliy innovatsiyalarni ajratish uchun ilmiy-huquqiy poydevor yaratadi.¹²

Mamlakatimizda Prezident qarorlari orqali turizmni innovatsion rivojlantirish davlat darajasida izchil qo‘llab-quvvatlanmoqda. Jumladan, turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilishga oid normativ-huquqiy hujjatlarda *“raqamli texnologiyalarni joriy etish, elektron xizmatlarni kengaytirish va turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish”* ustuvor vazifa sifatida belgilangan. Xususan, Shavkat Mirziyoyev tomonidan qabul qilingan Prezidentning 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni hamda 2018-yil 3-fevraldagi PQ-3514-son qarorida turizm sohasiga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish, elektron xizmatlar ko‘lamini oshirish va turistik mahsulotlar turini kengaytirish strategik yo‘nalish sifatida qayd etilgan. Bu esa mamlakat turizm tarmog‘ida raqamli transformatsiya jarayonlarini jadallashtirishga xizmat qilmoqda.¹³

Ilmiy adabiyotlarda ham innovatsiyalar turizm raqobatbardoshligini oshiruvchi asosiy omil sifatida e’tirof etiladi. Xususan, tadqiqotchilar ta’kidlashicha, innovatsiyalar turizmда qo‘shimcha qiymat yaratish, xizmat sifatini oshirish va yangi bozor segmentlarini shakllantirish imkonini beradi. Shu nuqtai nazardan, turizm korxonalari uchun innovatsion faoliyat strategik zaruratga aylanmoqda.

Turizm sohasidagi innovatsiyalarni tasniflash masalasiga kelsak, ular xalqaro amaliyotga muvofiq quyidagi asosiy turlarga ajratiladi:

- ✓ mahsulot innovatsiyasi;
- ✓ jarayon innovatsiyasi;
- ✓ tashkiliy innovatsiya;

¹¹ O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni O‘RQ-549 18.07.2019

¹² Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 24.07.2020-y

¹³ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”.

✓ marketing innovatsiyasi.

O‘zbekiston sharoitida ayniqsa raqamli turizm, onlayn bronlash tizimlari, smart-turizm yechimlari va hududiy turistik klasterlar innovatsion rivojlanishning ustuvor yo‘nalishlari sifatida shakllanmoqda.

Maqsadga yo‘naltirilganlik mezoniga ko‘ra turizm innovatsiyalari **iqtisodiy, ijtimoiy** hamda **ijtimoiy-iqtisodiy** ko‘rinishlarda namoyon bo‘ladi. Bunday yondashuv innovatsion faoliyat natijalarini baholashda ularning yakuniy ta‘sir doirasini aniqlash imkonini beradi. Masalan, yangi turistik marshrutni ishlab chiqish korxona daromadlari va hududiy iqtisodiy faollikni oshirishi sababli iqtisodiy innovatsiya sifatida talqin etiladi. Aksincha, inkluziv turizm loyihalarining joriy etilishi aholining turli qatlamlari uchun teng imkoniyatlar yaratgani bois ijtimoiy innovatsiya sifatida baholanadi.

Turizm tushunchasi turli xalqaro tashkilotlar tomonidan turlicha yondashuvlarda izohlangan. Xususan, 1989-yilda qabul qilingan Gaaga deklaratsiyasida turizm ijtimoiy jarayon sifatida talqin qilinib, u insonlarning bo‘sh vaqtini samarali tashkil etish hamda shaxslararo va xalqaro aloqalarni rivojlantirish vositasi ekani ta‘kidlanadi. Deklaratsiyada turizm kundalik yashash va mehnat muhitidan tashqaridagi harakatlar bilan bog‘liq bo‘lib, ushbu harakatlar natijasida xizmatlar tizimi shakllanishi qayd etilgan.¹⁴

UNWTO (United Nations World Tourism Organization) BMTning Butunjahon turizm tashkiloti ta‘rifiga ko‘ra, turizm ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy hodisa bo‘lib, u shaxslarning odatdagi yashash muhitidan tashqariga shaxsiy yoki xizmat safarlari bilan bog‘liq ko‘chishi hamda shu jarayondagi xarajatlarini o‘z ichiga oladi. Milliy qonunchilikda ham mazkur yondashuv aks etgan bo‘lib, O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonunida turizm daromad olish bilan bevosita bog‘liq bo‘lmagan holda jismoniy shaxsning vaqtinchalik safar qilishi sifatida izohlanadi.

Ilmiy adabiyotlarda turizm ko‘p qirrali fenomen sifatida talqin qilinadi. Tadqiqotchilar uni ijtimoiy harakat shakli, madaniy tajriba, iste‘mol jarayoni va iqtisodiy tizim elementi sifatida o‘rganadilar. Klassik nazariy yondashuvga ko‘ra, Walter Hunziker va Kurt Krapf turizmni insonlar o‘rtasidagi ijtimoiy o‘zaro ta‘sir hamda vaqtinchalik yashash joyidan tashqarida bo‘lish jarayoni sifatida izohlaydi. Ularning konsepsiyasida turizm mehnat faoliyati bilan bog‘liq bo‘lmagan, ammo keng xizmatlar majmuasini qamrab oluvchi murakkab ijtimoiy-iqtisodiy hodisa sifatida talqin etiladi.¹⁵

Mahalliy ilmiy manbalarda ham turizm mohiyatini ochib beruvchi konseptual yondashuvlar mavjud. Xususan, Safarov turizmni uch darajada talqin qiladi: tor ma’noda — turistik korxonalar faoliyati doirasida; keng ma’noda — bo‘sh vaqtni samarali tashkil etish bilan bog‘liq iqtisodiy munosabatlar majmuasi sifatida; iste‘molchi nuqtai nazaridan esa — doimiy yashash joyidan tashqarida tovar va xizmatlarni iste‘mol qilish jarayoni sifatida.

¹⁴ UNWTO. (1989). *The Hague Declaration on Tourism*. World Tourism Organization.

¹⁵ Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Mazkur yondashuv turizmni iqtisodiy kategoriya bilan bir qatorda ijtimoiy tajriba sifatida ham anglash imkonini beradi.¹⁶

Xalqaro miqyosda turizm iqtisodiyotning strategik tarmog‘i sifatida e‘tirof etilgan. OECD ma‘lumotlariga ko‘ra, turizm yangi ish o‘rinlari yaratish, bandlikni oshirish va aholi daromadlarini ko‘paytirish orqali iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantiradi. Shu sababli bozor sharoitida turizm subyektlari raqobatbardosh ustunlikni saqlab qolish uchun innovatsion g‘oyalarni muntazam joriy etib borishlari zarur. Innovatsiya konsepsiyasi turizm raqobatbardoshligini mustahkamlovchi muhim omil hisoblanadi. Uning ijtimoiy-iqtisodiy ta‘siri yangi xizmat turlarini yaratish, xizmat sifati va soha samaradorligini oshirish orqali namoyon bo‘ladi. Shu nuqtai nazardan, turizmni faqat xizmat ko‘rsatish sohasi sifatida emas, balki uzluksiz innovatsion mexanizmlar asosida ishlovchi kompleks tizim sifatida baholash maqsadga muvofiq.

Turizm sohasidagi innovatsiyalar xizmat sifatini oshirish, hududiy ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlash va iste‘molchi ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan yangiliklar majmuasidir. Ularni ilmiy tahlil qilish turizm siyosati va strategiyasini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Innovatsiyalar manbai bo‘yicha uch asosiy guruhga ajratiladi: iste‘molchilar, turistik korxonalar hamda ilmiy-tadqiqot faoliyati. Iste‘molchi tomonidan shakllanadigan innovatsiyalar xizmatlarni foydalanuvchi ehtiyojlari asosida takomillashtirishga qaratiladi. Masalan, mobil ilovalar orqali bronlash jarayonini soddalashtirish yoki mijoz xatti-harakatlarini prognozlash tizimlari shular jumlasidandir. Xalqaro amaliyotda Janubiy Koreya va Singapurda joriy etilgan interaktiv xaritalar ham iste‘molchi ehtiyojlariga yo‘naltirilgan yechimlar sifatida e‘tirof etiladi.¹⁷

Turistik korxonalar tomonidan yaratiladigan ichki innovatsiyalar xizmat jarayonlarini optimallashtirishga xizmat qiladi. Mehmonxonalarda avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari, raqamli check-in yoki xodimlar malakasini oshirishga qaratilgan monitoring tizimlari bunga misol bo‘la oladi. O‘zbekiston sharoitida ham ayrim mehmonxonalarda raqamli ro‘yxatdan o‘tish texnologiyalarining joriy etilishi kuzatilmoqda. Ilmiy-tadqiqot faoliyati natijasida yuzaga keladigan innovatsiyalar esa yangi texnologiyalar va xizmat formatlarini shakllantiradi. Jumladan, sun‘iy intellekt asosida shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, virtual (VR) va kengaytirilgan haqiqat (AR) texnologiyalariga asoslangan ekskursiyalar zamonaviy turizmning istiqbolli yo‘nalishlari hisoblanadi.

Maqsadga yo‘naltirilgan innovatsiyalar iqtisodiy, ijtimoiy va ijtimoiy-iqtisodiy turlarga bo‘linadi. Iqtisodiy innovatsiyalar korxona daromadlilikini oshirishga xizmat qilsa, ijtimoiy innovatsiyalar turizm xizmatlaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytiradi. Ijtimoiy-iqtisodiy innovatsiyalar esa hududiy rivojlanishning kompleks natijalarini ta‘minlaydi.

¹⁶ Safarov, R. (2011). *Turizm nazariyasi va amaliyoti*. Turizm nashriyoti.

¹⁷ Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.

Umuman olganda, turizm sohasida innovatsiyalar barqaror rivojlanish, raqobatbardoshlikni oshirish va iste'molchi ehtiyojlarini qondirish bilan uzviy bog'liqdir. Ularning samarali tatbiqi hududning ijtimoiy-iqtisodiy darajasi, ilmiy-texnik salohiyati va inson kapitali imkoniyatlariga bevosita bog'liq. O'zbekiston sharoitida smart turizm loyihalari, raqamli to'lov tizimlari hamda turizm resurslarini raqamlashtirish jarayonlari innovatsiyalarni amaliy joriy etishning muhim yo'nalishlari sifatida namoyon bo'lmoqda.

Ijtimoiy-iqtisodiy innovatsiyalar hududning umumiy rivojlanish strategiyasiga xizmat qiluvchi kompleks yechimlarni o'z ichiga oladi: transport infratuzilmasini rivojlantirish, ish o'rinlari yaratish va turizm infratuzilmasini takomillashtirish. Misol tariqasida, Dubay va Singapur tajribasida turizmni rivojlantirish strategiyasiga qo'shilgan shahar rejalashtirish loyihalari innovatsiyalarni tizimli tatbiq etishga xizmat qilmoqda.

Innovatsiyalarni moliyaviy xarakteriga qarab arzon, o'rtacha va yuqori narxli bo'lishi mumkin. Arzon investitsiya talab qiladigan innovatsiyalar - kichik mehmonxonalar uchun onlayn booking tizimi, mijozlar fikrini yig'ish va statistik monitoring. O'rtacha narxli innovatsiyalar - xizmatlarni avtomatlashtirish, raqamli marketing va xodimlar malakasini oshirish tizimlari. Yuqori narxli innovatsiyalar esa, sun'iy intellekt, virtual haqiqat texnologiyalari va integratsiyalangan raqamli platformalarni tatbiq etishni o'z ichiga oladi. Toshkent shahrida ba'zi mehmonxonalar sun'iy intellektga asoslangan shaxsiylashtirilgan xizmatlarni joriy qilgan.

Innovatsiyalar ichki va tashqi manbalar orqali yuzaga keladi. Ichki innovatsiyalar korxona resurslari, xodimlarning malakasi va ekspertizasi asosida yaratiladi. Ular xizmat jarayonlarini optimallashtirish, xodimlarning bilim va ko'nikmalarini oshirish, ichki monitoring va sifat nazorat tizimlarini joriy etish orqali korxona faoliyatini samarali rivojlantirishga qaratilgan. Masalan, mehmonxonalar xonalari va restoranlarni avtomatlashtirish, shuningdek, xodimlar uchun ichki treninglar va malaka oshirish dasturlarini tashkil etish ichki innovatsiyalarga misol bo'la oladi.¹⁸

Tashqi innovatsiyalar esa, asosan, ilmiy-tadqiqot institutlari, startaplar, xalqaro ekspertlar va global turizm tashkilotlari tomonidan ishlab chiqiladi. Bu turdagi innovatsiyalar korxonaga yangi texnologiyalar, xizmat formatlari va strategik yechimlarni tatbiq etish imkonini beradi. Masalan, Ispaniya va Italiya turizm tashkilotlari startap ekotizimi va ilmiy markazlar bilan hamkorlik qilib, virtual ekskursiyalar, raqamli xizmat platformalari va shaxsiylashtirilgan turizm tavsiyalarini ishlab chiqish orqali yangi xizmatlarni tatbiq etmoqda.¹⁹

O'zbekiston sharoitida ham innovatsion loyihalar faol tatbiq etilmoqda. Toshkent va Surxondaryo viloyatlarida bir nechta pilot loyihalar amalga oshirilmoqda: masalan, raqamli to'lov tizimlari, onlayn bronlash platformalari, mobil ilovalar orqali xizmatlarni boshqarish, shuningdek, mahalliy turizm resurslarini raqamlashtirish va interaktiv xaritalar orqali ekskursiyalarni tashkil etish tizimlari joriy etilmoqda (Mirziyoyev, 2019). Ushbu

¹⁸ OECD. (2020). *Tourism trends and policies*. OECD Publishing.

¹⁹ Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies* (3rd ed.). Routledge.

tashabbuslar hududiy turizmni rivojlantirishga, iste’molchi talablarini tezkor qondirishga va turizm korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilmoqda.

Shu bilan birga, xalqaro tajriba ko‘rsatadiki, innovatsiyalar korxona ichki imkoniyatlari bilan birgalikda tashqi ilmiy va texnologik resurslarni integratsiyalash orqali maksimal ijtimoiy-iqtisodiy samara beradi. Natijada, ichki va tashqi manbalar orqali yuzaga kelgan innovatsiyalar korxonalar uchun nafaqat xizmat sifatini yaxshilash, balki hududiy barqarorlikni ta’minlash, yangi ish o‘rinlarini yaratish va global turizm bozorida raqobatbardosh ustunlikni saqlab qolish imkonini beruvchi strategik vosita sifatida namoyon bo‘ladi.

Xulosa. Turizm sohasida innovatsion rivojlanish nafaqat korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish, balki hududiy ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni ta’minlashda muhim omil sifatida namoyon bo‘ladi. Ichki innovatsiyalar korxona resurslari, xodimlar malakasi va ichki monitoring tizimlari orqali xizmat jarayonlarini takomillashtirishga qaratilgan bo‘lsa, tashqi innovatsiyalar ilmiy-tadqiqot institutlari, startaplar va xalqaro ekspertlar tomonidan yangi texnologiyalar va xizmat formatlarini joriy etish imkonini beradi. Shu bilan birga, O‘zbekiston sharoitida Toshkent va Surxondaryo viloyatlaridagi pilot loyihalar innovatsiyalarning amaliy tatbiq etilishiga yaqqol misol bo‘lib, raqamli to‘lov tizimlari, onlayn bronlash platformalari va interaktiv ekskursiyalar orqali hududiy turizmni rivojlantirishga xizmat qilmoqda.

Maqsadga yo‘naltirilgan innovatsiyalar – iqtisodiy, ijtimoiy va ijtimoiy-iqtisodiy – turizm faoliyatining turli jihatlarini takomillashtirish, yangi ish o‘rinlari yaratish va iste’molchi ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, ichki va tashqi innovatsiyalarni birlashtirish orqali turizm korxonalari o‘z xizmatlarining sifatini oshiradi, global bozor raqobatbardoshligini saqlaydi va hududning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga hissa qo‘shadi. Shu nuqtai nazardan, turizmدا innovatsiyalarni tizimli joriy etish nafaqat biznes strategiyasi, balki davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishi sifatida ham ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni, O‘RQ-549. (2019, 18 iyul). Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 24.07.2020-y.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2019, 5 yanvar). PF-5611-son Farmon: *O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida*.
3. OECD. (2020). *Tourism trends and policies*. OECD Publishing.
4. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
5. Safarov, R. (2011). *Turizm nazariyasi va amaliyoti*. Turizm nashriyoti.
6. Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies* (3rd ed.). Routledge.
7. Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.
8. UNWTO. (1989). *The Hague Declaration on Tourism*. World Tourism Organization.