



ARTICLE INFO

Received: 27th November 2022

Accepted: 06th December 2022

Online: 08th December 2022

KEY WORDS

Innovatsiya, turizm, turistik klaster, ekspluatatsiya.

Hozirgi vaqtda turizm sanoati jahon iqtisodiyotining jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo'lib, yangiliklardan foydalanish nuqtai nazaridan istiqbolli, shu bilan birga turizm sohasidagi yangiliklarga etarlicha e'tibor berilmayapti. Shuni ta'kidlash kerakki, sayyohlik kompaniyalarining o'z-o'zidan o'sishi va turistik xizmatlarning past sifati. Hukumat tomonidan turizm faoliyatini moliyaviy kafolatlar mexanizmi orqali tartibga solish bo'yicha sa'y-harakatlariga qaramay, litsenziyalash faoliyati o'rniga, ushbu tartibga solish kompaniyaning turistlarga xizmat ko'rsatish majburiyatlari bo'yicha barqarorligiga ta'sir qiladi. Ushbu jihat taqdim etilayotgan xizmatlarning sifatini hisobga olmaydi. Umuman olganda, turizm sanoatining innovatsion faoliyatini boshqarish va ayniqsa korxonalar tomonidan innovatsiyalarni joriy qilish orqali turistik mahsulotni takomillashtirishni taklif qilamiz. Shuningdek, turizm sanoatini boshqarishda, kompaniyalarning tijorat faoliyati barqarorligi va yanada sifatli xizmatlar ko'rsatishdan tashqari,

HUDUDLARDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR

Arzimatov Bobimirzo Zokirjon o'g'li

Farg'ona Politexnika institute, assistent

b.arzimatow@gmail.com, +998884151592

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7413664>

ABSTRACT

Ushbu maqolada turizm sohasida turistik klasterning o'rni va innovatsion loyihalar, g'oyalarning ahamiyati haqida ma'lumotlar berilgan.

turoperatorlar sonini hisobga olish, sohani tashkil etish darajasini baholash va shunga muvofiq usullarni ishlab chiqish kerak aniq vazifalarga qarab ularning sonini optimallashtirishdir. Shu bilan birga, iqtisodiyotning turizm sohasining innovatsion faoliyatini o'rganishga etarlicha e'tibor berilmaydi, korxonalar faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari va mintaqaviy xususiyatlar to'liq hisobga olinmaydi. Innovatsion faoliyatni boshqarish muammolari alohida elementlar bo'yicha ko'rib chiqiladi va uni ta'minlash uchun barcha vazifalarni hisobga olmaydi. Mavjud ishlar innovatsiyalarni boshqarishning individual muammolariga umumiy yondashuvlar darajasida boshqaruvning nazariy va uslubiy jihatlarini ochib beradi. Innovatsiyalarni boshqarish mexanizmi va turizm sohasidagi korxonalarning innovatsion rivojlanishini boshqarish tizimini shakllantirish bilan bog'liq muammolarning aksariyati hali ham to'liq hal etilmagan. Ushbu muammolarni nazariy va uslubiy yechimiga bo'lgan



ehtiyoj tadqiqotning maqsad va vazifalarini belgiladi. Ushbu tadqiqotning maqsadi turistik klaster shaklida innovatsion tashkiliy tuzilmani yaratish orqali multiplikator ta'sirining ta'sirini hisobga olgan holda, xarajatlarni qisqartirish vositasi yordamida turizm sohasidagi innovatsiyalarni boshqarish tizimini takomillashtirishdan iborat. yangi innovatsion mahsulot bilan yangi bozorlarga chiqish orqali chegara mintaqasi iqtisodiyotining o'sishi va o'sishiga olib keladi.

Innovatsiya - foydalanish uchun kiritilgan yangi yoki sezilarli darajada yaxshilangan mahsulot yoki jarayon, sotuvlarning yangicha uslubi yoki ish amaliyotidagi, ish o'rinlarini tashkil etishdagi va tashqi aloqalarni o'rnatishdagi yangi tashkiliy uslubdir. Shu jihatdan turmahsulot qay darajada yangi bo'lishi, turistik tovar va xizmatlarning hudud sharoitidan kelib chiqqan holda yaratilishi turistik innovatsiyani yanada rivojlantirishga xizmat qiladi. Nazarimizda biz uchun odatiy holatga aylanib qolgan tur obyekti, ekolandshaft, obidalar, aynan boshqa hududdan kelgan turist uchun qiziqarli innovatsion turistik mahsulot hisoblanishini nazardan chetda qoldirmaslik lozim. SHuning uchun turistik mahsulotning naqadar jozibadorligi turistik innovatsion loyihalarni yaratish, jumladan geografik tadqiqotlar darajasida izlanishlar olib borishni taqozo etadi.

Turistik klaster deganda - turizm biznesi bilan shug'ullanuvchi davlat va jamoat tashkilotlar hamda turizm industriyasiga xizmat qiluvchi boshqa tashkilotlarning o'zaro bog'liqligi tushuniladi. Ushbu bog'liqlik avvalo har bir hududning mavjud turistik salohiyatidan turizmni rivojlantirish nuqtai nazaridan

foydalanishga qaratiladi va ushbu tashkilotlarning barchasi ushbu hududda turizmni rivojlantirishdan manfaatdor bo'ladi. Turizmni innovatsiyalarning jadal rivojlanishi 1972 yilda "United States Luggage" kompaniyasi xodimi Bernard Devid Sadou tomonidan g'ildirakli jomadonlar ixtirosi uchun patent olinishi bilan boshlangan.

Hududlar turizm imkoniyatini innovatsion rivojlantirish avvalo klasterlarni hududiy tashkil etish va rivojlantirish orqali majmualiy yondoshuv geografik tadqiqotlar olib borish lozimdir.

Asosiy faoliyat darajasini ta'kidlash mintaqaviy innovatsion tizimning o'ziga xos xususiyatlarini ko'rish imkonini beradi. Asosiy faoliyat doirasida ikkita segmentni ajratish mumkin - mahsulot va xizmat, bu mintaqaning o'ziga xos xususiyatlarining yana bir darajasini ajratib ko'rsatishga imkon beradi. Agar mintaqada rivojlangan ilmiy-o'quv majmuasi bo'lsa, unda shunga yarasha katta ulushni har xil turdagi innovatsion xizmatlar egallaydi.

Yevropa mamlakatlari statistik ma'lumotlariga ko'ra, bilimga asoslangan iqtisodiyotni faol ravishda shakllantirayotgan davlatlarda YaHMning katta qismini ilmiy-texnik xizmatlar egallaydi, bu hududda innovatsion jarayonlar mavjudligidan dalolat beradi. Ushbu darajada ta'limni mintaqaviy innovatsion tizimning mehnat resurslariga bo'lgan ehtiyojini qondiradigan malakali kadrlar manbai sifatida ajratib ko'rsatish mumkin.

Keyinchalik universitetda ham, akademik davlat muassasalarida ham amalga oshiriladigan fundamental fan sohasi ta'kidlanadi. Bu yangilik uchun g'oyalar generatori bo'lib xizmat qiladi. Bunga ta'lim va ilmiy muassasalar tarkibida



mavjud bo'lgan va institutlarning ilmiy faoliyati natijalarini bozorga chiqarishga ko'maklashadigan mustaqil bo'lgan innovatsion infratuzilmaning elementlari ham kiradi. Ushbu modelning uchinchi darajasi mintaqadagi innovatsiyalarni muvofiqlashtiradigan, rag'batlantiradigan, shuningdek hududning strategik innovatsion siyosatini shakllantiradigan mintaqaviy ma'muriyatdir. Innovatsion tizim tizimning o'ziga nisbatan ichki segment va tashqi bo'lishi mumkin bo'lgan mintaqa kabi elementni o'z ichiga oladi. Mintaqaviy innovatsion tizimning samarali ishlashi uchun zarur shart tizimning barcha boshqa tarkibiy qismlari bilan institutsional aloqalarining mavjudligidir.

Mintaqaviy innovatsion tizim milliy innovatsion tizimning bir qismidir, u nafaqat mintaqaviy innovatsion tizimlarni rivojlantirish vektorini shakllantiradi, balki mintaqaning innovatsion tizimlarining ishlash sifatiga ham bog'liqdir. Mintaqaviy innovatsion tizim ochiq tizim bo'lgani uchun, umuman tizimning rivojlanishi va ishlashiga bevosita ta'sir ko'rsatadigan tashqi omillarni aniqlash mumkin (masalan, mintaqaviy, mintaqalararo, tarmoqlararo, xalqaro raqobat).

Har qanday sohadagi, jumladan turizmdagi innovatsiyalar innovatsiyalardan sifat jihatidan farq qiladi. Turizmdagi innovatsion o'zgarishlar samarali o'sishning ichki energiyasini yaratadi. Bu o'zgarishlar muvozanatni buzadi, lekin tizimni yanada rivojlantirish, yangi sifatga o'tish uchun asos yaratadi. Binobarin, aynan innovatsiyalarni hayotga professional tarzda kiritish muayyan sohani rivojlantirish hisoblanadi. Zamonaviy jamiyatni rivojlantirish bo'yicha mutaxassislarining ta'kidlashicha, bugungi kunda biznes duch keladigan

muammolarning hech biri innovatsiyalar muammosidan muhimroq va murakkabroq emas.

Turistik innovatsiyalar tabiiy ravishda butun sanoatning holatiga ta'sir qiladi. Ular sanoatning quyidagi asosiy xususiyatlarini o'zgartiradilar:

- 1) ishlab chiqarish va sotish hajmi (bu holda, yangi sayohat brendlari);
- 2) innovatsion firmaning operatsion xarajatlari;
- 3) yaratilgan va ekspluatatsiya qilinadigan mulk hajmi;
- 4) bozorga yangi turistik mahsulotni ishlab chiqish va joriy etishda ishtirok etuvchi mutaxassislar soni;
- 5) iste'molchilar uchun innovatsiyalarni ishlab chiqish va joriy etish muddati.

Zamonaviy turistik mahsulotning samaradorligi, uning rivojlanish sur'ati innovatsion faoliyat va butunlay yangi ehtiyojni qondiradigan yoki iste'molchilar doirasini sezilarli darajada kengaytiradigan "bozor yangiligi" tovarlarini ishlab chiqarish bilan belgilanadi. Innovatsion jarayon, ya'ni turizm bozoriga yangi mahsulotlarni kiritish jarayoni quyidagilar bilan tavsiflanadi:

- 1) maqsadga erishish yo'llarining ko'pligi va dastlabki noaniqligi va yuqori xavf;
- 2) batafsil rejalashtirish va prognoz baholarga e'tibor qaratishning mumkin emasligi;
- 3) mavjud munosabatlar sohasida ham, innovatsion jarayon ishtirokchilarining manfaatlarida ham qarshilikni engish zarurati. Innovatsiyalar sub'ektning va umuman real sektorning bizning holatlarimizda - turizm sektorining qiymatini oshirishning asosiy vositasidir. Innovatsiyalar salohiyati qanchalik yuqori bo'lsa, kutilayotgan real foyda shunchalik yuqori bo'ladi.



Hatto innovatsiyalarni o'rganish va joriy etish bilan shug'ullanuvchi innovatsiya fani ham mavjud. U o'zining ilmiy yo'nalishida umuminsoniy taraqqiyot haqidagi dialektik ta'limotga tayanadi. Har qanday innovatsiyalar birinchi navbatda inqirozli holatlarning paydo bo'lishiga olib keladi, undan chiqish yo'lini faqat yangi turistik mahsulotni joriy etish jarayonining barcha bosqichlariga professional munosabatda bo'lish orqali topish mumkin.

Shuning uchun har qanday turizm menejeri bilishi kerakki, aynan innovatsiyalarni tanlash jarayonida innovatsiyalar, mutlaqo yangi ish shakllari paydo bo'lishi mumkin.

Turizm innovatsiyasining ijtimoiy samaradorligini ikki o'lchovda ko'rish mumkin. Ijtimoiy ahamiyatiga ko'ra kutilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy natijalar ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar darajasining oshishi hisobiga milliy boylikning oshishi sifatida baholanadi. Innovatsiyalar zaxiralar va zaxiralarning jadal o'sishiga yordam beradi, bu esa sanoatning barqarorligini, hatto past va

o'lik turizm mavsumida ham faoliyatning uzluksizligini va aholi bandligini belgilaydi. Bunday qo'riqxonalarining to'planishi, albatta, ijtimoiy-madaniy obyektlarni rivojlantirish imkoniyatlarini kengaytiradi, mamlakatimizning noyob tarixiy va tabiat yodgorliklarini asrab-avaylashga xizmat qiladi. Bundan tashqari, ishlab chiqarish va mahsulot joriy etish jarayonida aholi bandligi turmush darajasini oshiradi. Innovatsiyalar odamlarga yangi mahsulotlarga bo'lgan doimiy ehtiyojni qondirishga va bo'sh vaqtlaridan unumli foydalanishga yordam beradi.

Aniq turistik kompaniya yoki madaniy va xizmat ko'rsatish tashkiloti miqyosida uning texnik, intellektual va tijorat imkoniyatlarining birligi amalga oshiriladi. Innovatsiyalar bilan ishning tabiati va shartlari o'zgaradi. Yangi turistik mahsulotni amalga oshirish natijasida yuzaga keladigan o'zgarishlar innovatsiyalarning ijtimoiy qiymatini belgilaydi.

References:

1. Kovalyov G.D. Innovatsion menejment asoslari. - M., 1999
2. Balabanov IT Innovatsion menejment: darslik. nafaqa. SPb. : Piter, 2000
3. Azamov S. Innovations in tourism: industry development and human resources. -Tashkent, 2017.
4. Anynin VM, Dagaev AA Innovatsion boshqaruv. M.: Delo, 2003
5. Valdaitsev S. V. Biznes va innovatsiyalarni baholash. M. : "Filin" axborot-nashriyoti, 1997.