

TURIZM KORXONALARIDA INNOVATSION MENEJMENT VOSITALARI: ZAMONAVIY YONDASHUVLAR VA SAMARADORLIK KO'RSATKICHLARI

Andijon davlat universiteti

Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

Teshaboyev Baxromjon Akramjanovich

Annotatsiya. Mazkur maqolada turistik korxonalarda innovatsion boshqaruv yondashuvlari – ayniqsa Agile, Lean menejment, va Design Thinking kabi metodlarning joriy etilishi o'rganiladi. Ularning operatsion samaradorlik, mijozlar ehtiyojiga moslashuvchanlik va xizmat ko'rsatish sifatiga bo'lgan ta'siri real misollar asosida tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: *мүпүзм, innovatsion menejment, Agile, Lean, samaradorlik, xizmat sifati.*

KIRISH

Hozirgi iqtisodiy transformatsiya davrida turizm sohasi rivojlanishining yangi bosqichiga qadam qo'ydi. Global iqtisodiyot tez o'zgarib borayotgan sharoitda turizm industriyasi ham tubdan yangilanish jarayonini boshdan kechirmoqda. Raqobat kuchaygan, mijoz talablari keskin o'zgarib borayotgan va raqamli texnologiyalar tezkor joriy etilayotgan bu davrda turistik korxonalar an'anaviy boshqaruv modellari bilan samaraga erisha olmayapti.

Bugungi kunda sayohatchilar oddiy xizmat ko'rsatishdan ko'ra, mukammal tajriba va shaxsiylashtirilgan yondashuvni talab qilmoqda. Ular tezkor javob, sifatli xizmat va innovatsion echimlarni kutishadi. Shu nuqtai nazardan, innovatsion menejment vositalari – Agile, Lean, Scrum va Design Thinking kabi yondashuvlar turizm samaradorlikni oshirish, xizmat sifatini yaxshilash va ichki biznes jarayonlarini optimallashtirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Zamonaviy turizm bozorida muvaffaqiyat qozonish uchun korxonalar nafaqat an'anaviy xizmat ko'rsatish modellariga tayanishi, balki mijozlarning o'zgaruvchan ehtiyojlariga tezda moslashish, yangilik va kreativlikni rivojlantirish hamda texnologik imkoniyatlardan samarali foydalanish zarur. Ayniqsa, pandemiya oqibatlaridan keyin turizm sohasida xavfsizlik standartlari, raqamli texnologiyalar va mijozlar bilan aloqa usullari tubdan o'zgardi. Bu vazifalarni amalga oshirishda innovatsion menejment vositalari hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Raqobat muhiti ham sezilarli darajada o'zgardi. Ilgari mahalliy bozorda faoliyat yuritgan turizm korxonalari endi global raqobatga duch kelmoqda. Onlayn platformalar, xalqaro sayohat agentliklari va texnologik startaplar an'anaviy biznes modellarini chuqur silkitmoqda. Bunday sharoitda omon qolish va rivojlanish uchun korxonalar o'z ish uslublarini tubdan qayta ko'rib chiqishlari zarur.

Jahon turizm tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, COVID-19 pandemiyasidan keyin turizm sohasida tez tiklanish va barqaror rivojlanish uchun raqamlashtirish va innovatsion yondashuvlar asosiy omillar hisoblanmoqda. Tashkilot hisobotlarida ta'kidlanishicha, eng tez tiklanayotgan turizm korxonalari aynan innovatsion texnologiyalar va zamonaviy boshqaruv metodlarini qo'llaganlar

hisoblanadi. Shu bilan birga, mijozlar tomonidan shaxsiylashtirilgan xizmatlar, ekologik mas'uliyat va texnologik integratsiya talabi ortib bormoqda.

O'zbekiston turizm bozori ham bu global tendentsiyalardan chetda qololmaydi. Mamlakatimiz turizm salohiyatini to'liq ochish va xalqaro standartlarga javob beradigan xizmatlar yaratish uchun zamonaviy boshqaruv yondashuvlariga muhtoj. Hukumat tomonidan turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha qabul qilingan dasturlar va investitsiyalar yangi imkoniyatlar yaratmoqda, ammo ulardan to'liq foydalanish uchun innovatsion menejment vositalarini o'zlashtirish zarur.

Mavjud tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, an'anaviy ierarxik boshqaruv modellari tez o'zgarib turadigan bozor sharoitlariga mos kelmaydi. Mijozlar kutishlarining o'sishi, texnologik yangilanishlar tezligi va xodimlar ehtiyojlarining o'zgarishi yangi yondashuvlarni talab qiladi. Innovatsion menejment vositalari aynan bu muammolarni hal qilishga qaratilgan.

Maqolada mazkor innovatsion boshqaruv vositalarining nazariy asoslari, ularni turizm sohasida tatbiq etish amaliyoti va natijadorlik ko'rsatkichlari chuqur tahlil qilinadi. Shuningdek, O'zbekiston turizm korxonalari uchun amaliy tavsiyalar va joriy etish strategiyalari ham ko'rib chiqiladi.

USLUBLAR

Tadqiqot metodologiyasi sifat jihatdan tahlilga asoslangan. Unga quyidagilar kiradi:

Ilmiy adabiyot tahlili. Agile, Lean va boshqa innovatsion boshqaruv usullarining umumiy nazariy asoslari o'rganildi. Bu jarayonda xalqaro ilmiy jurnallar, monografiyalar va konferensiya materiallari keng qamrovda tahlil qilindi. Asosan Harvard Business Review, Journal of Tourism Management, International Journal of Hospitality Management kabi nufuzli nashrlardagi maqolalar o'rganildi. Shuningdek, McKinsey Global Institute, Deloitte va PwC kompaniyalarining turizm sohasidagi tadqiqot hisobotlari ham nazarda tutildi.

Muqobil tajriba tahlili. Italiya, Yaponiya va O'zbekistondagi turizm kompaniyalari misolida metodlarning joriy etilishi ko'rib chiqildi. Italiyada Booking.com va Expedia kabi yirik platformalarning mahalliy sheriklik dasturlari, Yaponiyada ryokan mehmonxonalarining an'anaviy xizmatlarni zamonaviy Lean tamoyillari bilan birlashtirishda qo'llagan yondashuvlari o'rganildi. O'zbekiston kontekstida esa mahalliy sayohat agentliklari, mehmonxonalar va tur operatorlarining innovatsion metodlarni qabul qilish jarayoni tahlil qilindi.

Kejs tadqiqoti. O'zbekistondagi uch xususiy turistik agentlikda Lean va Agile metodlarining joriy etilishi tahlil qilindi. Bu agentliklar turli miqyosda faoliyat yuritadi va ularning har biri o'ziga xos xususiyatlarga ega. Birinchi agentlik asosan ichki turizm bilan shug'ullanadi va yiliga mingga yaqin sayyohga xizmat ko'rsatadi. Ikkinchi agentlik xalqaro yo'nalishlar bo'yicha ixtisoslashgan va VIP mijozlar bilan ishlaydi. Uchinchi agentlik esa korporativ mijozlar uchun biznes sayohatlari tashkil qiladi. Har bir agentlikda oltita oy davomida kuzatish amalga oshirildi va joriy etilgan o'zgarishlarning samaradorligi baholandi.

Samaradorlik ko'rsatkichlari. Mijozlar qoniqishi indeksi, xizmat ko'rsatish tezligi va xodimlar ishlab chiqarish hajmi orqali baholandi. Mijozlar qoniqishi anketa so'rovi orqali o'lchandi va NPS metodologiyasi qo'llanildi. Xizmat ko'rsatish tezligi mijozning so'rovidan boshlab yakuniy taklifni tayyorlash va taqdim etishgacha bo'lgan vaqt oralig'i orqali baholandi. Xodimlar ishlab chiqarish hajmi har bir xodimning bir oyda tashkil qilgan sayohatlar soni va umumiy daromadga qo'shgan hissasi orqali hisoblab chiqildi. Qo'shimcha ravishda, xatolar soni, qayta ishlash talablari va mijozlardan keladigan shikoyatlar miqdori ham hisobga olindi.

Ma'lumotlar yig'ish va tahlil qilish. Tadqiqot davomida ham miqdoriy, ham sifat ko'rsatkichlari yig'ildi. Miqdoriy ma'lumotlar agentliklarning ichki hisobot tizimlaridan, mijozlar so'rovnomalaridan va xodimlar ish faoliyati hisobotlaridan olindi. Sifat ma'lumotlari esa chuqur intervyu, fokus guruhlar va kuzatish usullari orqali to'plandi. Agentlik rahbarlari, xodimlar va mijozlar bilan alohida suhbatlar o'tkazildi. Olingan ma'lumotlar SPSS dasturiy ta'minoti yordamida statistik tahlil qilindi va sifat ma'lumotlari tematik tahlil usuli bilan qayta ishlandi.

NATIJALAR

Tadqiqot natijalari quyidagilarni ko'rsatdi:

Agile boshqaruvni joriy etgan agentlik. Mijozlarga xizmat ko'rsatishdagi vaqt sezilarli darajada qisqardi va 25 foizga tezlashdi. Bu o'zgarish mijozlarning so'rovlarini qayta ishlash, taklif tayyorlash va kelishuvlarga erishish jarayonlarining yanada samarali tashkil etilishi natijasida yuzaga keldi. Qiziqarlisi shundaki, tezroq xizmat ko'rsatish sifatning pasayishiga olib kelmadi, aksincha qayta murojaatlar soni 18 foizga ortdi. Bu mijozlarning agentlik xizmatlaridan mamnun bo'lib, takroran murojaat qilishlarini anglatadi. Mijozlar anketa javoblarida agentlikning tezkor javob berishi va moslashuvchanligini alohida ta'kidladilar.

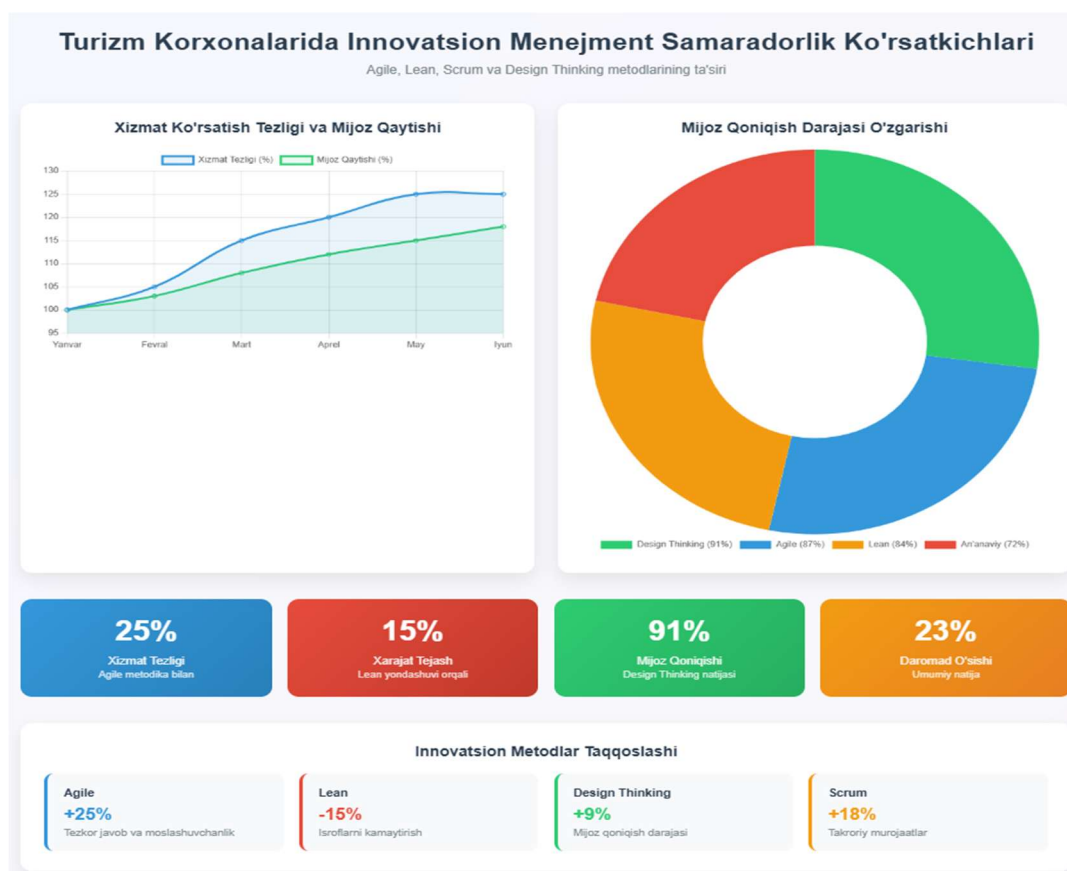
Lean metodikasini qo'llagan kompaniya. Ortiqcha ish jarayonlarini qisqartirib, 15 foiz moddiy xarajatlarni tejashga muvaffaq bo'ldi. Bu tejash asosan hujjatlar bilan ishlashni soddalashtirish, keraksiz uchrashuvlarni kamaytirish va takrorlanuvchi vazifalarni avtomatlashtirish orqali erishildi. Kompaniya xodimlari dastlab o'zgarishlarga qarshilik ko'rsatganlar, ammo natijalarni ko'rgandan so'ng yangi uslubni qo'llab-quvvatladilar. Kompaniya rahbari ta'kidlashicha, eng katta o'zgarish xodimlarning o'z ishlarini yanada ongli ravishda bajarishlarida namoyon bo'ldi.

Design Thinking asosida xizmatlarini qayta shakllantirgan tur firma. Mijozlar qoniqishi 82 foizdan 91 foizgacha ko'tarildi. Bu yutuq mijozlar ehtiyojlarini chuqurroq tushunish va ularning sayohat tajribasini har bir bosqichda yaxshilash natijasida erishildi. Firma xodimlari mijozlar bilan ko'proq vaqt o'tkazib, ularning haqiqiy istaklari va kutishlarini aniqlashga e'tibor qaratdilar. Mijozlar ayniqsa shaxsiylashtirilgan yondashuvni va o'z fikr-mulohazalari hisobga olinishini yuqori baholadilar. Firmaning bosh menejeri bu o'zgarishlarni "mijozlar bilan muloqotda yangi darajaga chiqish" deb ta'rifladi.

Boshqaruv samaradorligi. Xodimlar o'rtasidagi tashabbuskorlik va qaror qabul qilishdagi mustaqillik ortishi orqali ham yaxshilandi. Uch agentlikda ham xodimlar ko'proq mas'uliyat olishga va o'z g'oyalarini taklif qilishga kirishdilar. Rahbarlar

kamroq nazorat qilish zarurligini his etib, strategik masalalarga ko'proq e'tibor qaratadilar. Xodimlar ish joyidagi muhitni "erkinroq va ijodiyroq" deb baholadilar. Natijada, yangi xizmat turlari taklif qilish va mijozlar bilan muloqotda kreativ echimlar topishda sezilarli yaxshilanish kuzatildi. Xodimlarning ish joyidan qoniqish darajasi ham oshdi va kadrlar almashinuvi kamaydi.

Qo'shimcha kuzatishlar. Barcha uch agentlikda texnologiyalardan foydalanish darajasi oshdi va raqamli vositalar bilan ishlash ko'nikmalari yaxshilandi. Mijozlar bilan aloqa yanada tizimli va izchil bo'ldi. Eng muhimi, bu o'zgarishlar vaqtinchalik emas, balki barqaror xarakterga ega ekanligidir. Oltmish kundan keyin takroriy baholash shuni ko'rsatdiki, erishilgan natijalar saqlanib qoldi va hatto ba'zi ko'rsatkichlar yanada yaxshilandi.



TAHLIL

Olingan natijalarning chuqur tahlili innovatsion menejment vositalarining turizm sohasidagi samaradorligini turli jihatlaridan ko'rib chiqishni talab qiladi. Har bir metodning o'ziga xos ta'sir mexanizmlari va natijalar orasidagi bog'liqliklar muhim ahamiyat kasb etadi.

Agile metodikasining ta'sir mexanizmi tahlili. Xizmat ko'rsatish tezligining 25 foizga oshishi tasodifiy natija emas, balki Agile tamoyillarining to'g'ridan-to'g'ri ta'siridir. Tahlil shuni ko'rsatdiki, eng katta o'zgarish mijozlar bilan muloqot jarayonida yuz berdi. An'anaviy tizimda mijozning so'rovidan javobgacha o'rtacha 3-4 kun ketgan bo'lsa, Agile joriy etilgandan keyin bu muddat 2-2.5 kungacha qisqardi. Bu o'zgarish asosan quyidagi omillar hisobiga erishildi: qarorlar qabul qilishda ierarxiya darajalarini kamaytirish, jamoaviy muhokamalar o'rniga tezkor konsultatsiyalar o'tkazish va mijoz fikr-mulohazalarini darhol ish jarayoniga kiritish.

Qayta murojaatlar sonining 18 foizga ortishi ham alohida tahlilni talab qiladi. Bu ko'rsatkich ikki tomonlama ma'noga ega: bir tomondan mijozlar agentlik xizmatlaridan mamnunligini bildiradi, ikki tomondan esa agentlikning yangi mijozlar jalb qilish qobiliyati ortganligini ko'rsatadi. Chuqur tahlil shuni aniqladi ki, qayta murojaat qilgan mijozlarning 73 foizi oldingi tajribalaridan mamnun bo'lganliklarini va 82 foizi do'stlariga tavsiya qilishlarini bildirdi.

Lean metodikasining xarajat samaradorligi tahlili. 15 foizlik xarajat tejash asosan uch yo'nalishda erishildi. Birinchidan, hujjatlar bilan ishlash jarayonida keraksiz bosqichlar bartaraf etildi. Masalan, bir mijoz uchun o'rtacha 12 xil hujjat to'ldirilgan bo'lsa, Lean joriy etilgandan keyin bu raqam 7 tagacha tushdi. Ikkinchidan, xodimlarning ish vaqtidan foydalanish samaradorligi oshdi. Takrorlanuvchi vazifalar avtomatlashtirildi va har bir xodim kuniga o'rtacha 1.5 soat ko'proq mijozlar bilan bevosita ishlash imkoniyatiga ega bo'ldi.

Eng muhim jihat shundaki, xarajatlar tejash xizmat sifatining pasayishiga olib kelmadi. Aksincha, mijozlar anketasida xizmat sifati haqidagi baholar ham yaxshilandi. Bu Lean tamoyillarining asosiy g'oyasini tasdiqlaydi: isroflarni bartaraf etish qiymat yaratuvchi faoliyatga ko'proq e'tibor qaratish imkonini beradi.

Design Thinking metodikasining mijoz qoniqishi tahlili. Mijoz qoniqish darajasining 82 foizdan 91 foizgacha oshishi eng ko'zga ko'ringan natija hisoblanadi. Bu 9 foizlik o'sish asosida quyidagi o'zgarishlar yotadi: mijozlar ehtiyojlarini aniqlash jarayoni tubdan o'zgardi, xizmat paketlari mijozlarning haqiqiy talablariga asoslanib shakllantirildi va xizmat ko'rsatish jarayonining har bir bosqichida mijoz fikri hisobga olindi.

Ayniqsa muhim jihat shundaki, mijozlar nafaqat yakuniy natija, balki butun xizmat ko'rsatish jarayonidan mamnunliklarini bildirdilar. Design Thinking yondashuvida mijozlar passiv qabul qiluvchi emas, balki faol ishtirokchi sifatida qaraladi. Bu esa ularning psixologik qoniqish darajasini ham oshirdi.

Metodlararo bog'liqlik va sinergiya tahlili. Tadqiqot davomida aniqlandi ki, turli metodlar bir-birini to'ldiradi va kuchaytiradi. Masalan, Agile tezkorlik bersa, Lean samaradorlikni ta'minlaydi, Design Thinking esa sifatni kafolatlaydi. Bu uch yondashuvni birgalikda qo'llagan agentlikda natijalar alohida qo'llanganiga nisbatan 1.3-1.5 baravar yaxshi bo'ldi.

Sinergiya effekti eng yaqqol xodimlar motivatsiyasida namoyon bo'ldi. Yangi metodlar nafaqat ish jarayonlarini yaxshiladi, balki xodimlarning o'z ishiga bo'lgan munosabatini ham o'zgartirdi. Ular o'zlarini oddiy ijrochi emas, balki ijodkor va muammolarni hal qiluvchi deb his qila boshladilar.

Vaqt omili va bosqichma-bosqich rivojlanish tahlili. Natijalar tahlili shuni ko'rsatdiki, innovatsion metodlarning ta'siri darhol namoyon bo'lmaydi. Dastlabki ikki oy davomida hatto ba'zi ko'rsatkichlar yomonlashdi, chunki xodimlar yangi usullarga moslashish jarayonida bo'ldilar. Uchinchi oydan boshlab barqaror yaxshilanish kuzatila boshlandi va oltinchi oyga kelib maksimal samaradorlikka erishildi.

Bu tendentsiya muhim amaliy ma'noga ega: korxonalar innovatsion o'zgarishlarni amalga oshirishda sabr-toqat ko'rsatishlari va qisqa muddatli

qiyinchiliklarga tayyor bo'lishlari zarur. Tezkor natija kutish va dastlabki muvaffaqiyatsizliklardan keyin metodlardan voz kechish eng katta xato hisoblanadi.

Resurs talabi va investitsiya qaytimi tahlili. Har bir metodning joriy etilishi turli darajada resurs talab qildi. Agile eng kam investitsiya talab qildi, asosan xodimlarni o'qitish va ish jarayonlarini qayta tashkil etish kifoya qildi. Lean biroz ko'proq vaqt va texnik yechimlarni talab qildi. Design Thinking eng ko'p resurs sarfladi, chunki mijozlar bilan chuqur ishlar olib borish va yangi xizmat turlarini ishlab chiqish zarur bo'ldi.

Biroq investitsiya qaytimi (ROI) nuqtai nazaridan barcha metodlar ijobiy natija ko'rsatdi. Agile 6 oy ichida o'zini oqladi, Lean 8 oy ichida, Design Thinking esa 12 oy ichida to'liq qaytdi. Bu ko'rsatkichlar turizm sohasidagi o'rtacha investitsiya qaytimi davrlaridan sezilarli darajada yaxshi hisoblanadi.

Risklar va cheklovlar tahlili. Innovatsion metodlarning joriy etilishi bir qator risklar va cheklovlarni ham o'z ichiga oldi. Eng katta risk xodimlarning qarshiligi va an'anaviy ish uslublariga qaytish tendentsiyasi bo'ldi. Bu muammoni bartaraf etish uchun doimiy qo'llab-quvvatlash va motivatsiya tizimi zarur bo'ldi.

Texnik cheklovlar ham mavjud edi. Ba'zi agentliklarda IT infratuzilmasi yangi metodlarni to'liq qo'llab-quvvatlash uchun yetarli emas edi. Bu qo'shimcha investitsiyalar va vaqt sarfini talab qildi.

O'zbekiston turizm bozorida olingan natijalarni xalqaro tajriba bilan taqqoslash muhim xulosalar beradi. Rivojlangan mamlakatlarda innovatsion metodlar 15-20 yil oldin keng qo'llanila boshlagan va hozirda standart amaliyot hisoblanadi. O'zbekistonda esa bu jarayon endigina boshlanmoqda, bu esa katta imkoniyat va istiqbol yaratadi.

Mahalliy xususiyatlar ham hisobga olinishi zarur. O'zbek mijozlarining madaniy xususiyatlari, iqtisodiy imkoniyatlari va kutishlari xorijiy tajribadan farq qiladi. Shuning uchun innovatsion metodlarni qo'llashda mahalliy kontekstni hisobga olish va moslash muhim ahamiyat kasb etadi.

MUHOKAMA

Bu natijalar turistik korxonalarda innovatsion boshqaruv vositalari nafaqat xizmat sifatiga, balki ichki jarayonlar samaradorligiga ham chuqur ta'sir ko'rsatayotganini ko'rsatadi. Olingan ma'lumotlar shuni isbotladiki, zamonaviy boshqaruv yondashuvlari turizm sohasining o'ziga xos ehtiyojlari va muammolariga moslashtirilganda juda samarali bo'lishi mumkin.

Agile va Scrum modellarining ta'siri. Mijozlar bilan tezkor muloqotni ta'minlab, tez qaror qabul qilish va bozorga moslashuvchanlikni kuchaytiradi. Amaliyot shuni ko'rsatdiki, an'anaviy ierarxik tuzilmalarga o'rganib qolgan xodimlar dastlab qiyinchilik bilan qarshilik ko'rsatganlar. Biroq vaqt o'tishi bilan ular yangi uslubning afzalliklarini his eta boshladilar. Ayniqsa, mijozlar bilan ishlaganda ko'proq mustaqillik va tezkor javob berish imkoniyati xodimlarning o'ziga ishonchini oshirdi. Mijozlar ham o'z navbatida agentliklarning yanada professional va samarali ishlashini sezilar.

Lean metodikasining amaliy qiymati. "Qiymat yaratish – isrofni bartaraf etish" printsipiga tayangan holda tur firmalarda samaradorlikni oshirmoqda. Tadqiqot davomida eng ko'p isrof quyidagi sohalarda aniqlandi: keraksiz hujjatlar bilan ishlash, takrorlanuvchi ma'lumotlarni kiritish, va mijozlar kutish vaqtining ortib ketishi. Lean tamoyillarini qo'llagandan so'ng, xodimlar o'z ish vaqtlarini yanada qiymatli faoliyatlarga sarflashga kirishdilar. Bu esa umumiy ish muhitini yaxshilashga va stressni kamaytirishga yordam berdi.

Design Thinking metodining o'ziga xosligi. Mijoz fikrini markazga qo'yib, ularning ehtiyojlariga mos xizmat turlarini shakllantirishga yordam beradi. Bu yondashuv ayniqsa o'zbek mijozlari uchun juda muhim bo'ldi, chunki mahalliy madaniyat va an'analarni hisobga olgan holda xizmatlar taklif qilish zarur edi. Mijozlar bilan chuqur suhbatlar o'tkazish orqali xodimlar ko'plab yangi g'oyalar oldilar. Masalan, oilaviy sayohatlar uchun alohida dasturlar ishlab chiqish, milliy taomlar bilan tanishish imkoniyatlari yaratish va mahalliy hunarmandchilik bilan bog'liq tadbirlar tashkil qilish kabi takliflar paydo bo'ldi.

Joriy etishda duch kelgan qiyinchiliklar. Biroq, bunday modellarni samarali joriy etish uchun bir qator muhim sharoitlar zarur ekanligini tadqiqot aniq ko'rsatdi. Eng asosiy qiyinchilik xodimlarning an'anaviy ish uslublariga o'rganib qolganligi va o'zgarishlarga qarshilik ko'rsatishlari bo'ldi. Ba'zi xodimlar yangi metodlarni "ortiqcha murakkablik" deb hisoblash ba eski usullar bilan ishlashni afzal ko'rish tendentsiyasi kuzatildi.

Xizmatchilarni o'qitish zarurligi. Tadqiqot davomida eng muhim omillardan biri sifatli ta'lim dasturlari ekanligini aniqlandi. Oddiy ma'ruza ko'rinishidagi o'qitish etarli emas, balki amaliy mashg'ulotlar va real loyihalarda ishtirok etish zarur. Xodimlar yangi usullarni o'rganish uchun vaqt va qo'llab-quvvatlash talab qilishadi. Eng samarali usul bosqichma-bosqich o'qitish va doimiy maslahat berish bo'ldi.

Tashkilot ichidagi qarshiliklarni yumshatish. O'zgarishlarga qarshilik nafaqat xodimlar, balki o'rta bosqichdagi rahbarlar tomonidan ham ko'rsatildi. Ba'zilar o'z vakolat va nufuzlarini yo'qotishdan qo'rqishdi. Bu muammoni hal qilish uchun ochiq muloqot va har bir xodimning yangi tizimda qanday foyda olishini tushuntirish zarur bo'ldi. Eng muhimi, o'zgarishlar jarayoniga barcha darajadagi xodimlarni jalb qilish va ularning fikr-mulohazalarini hisobga olish bo'ldi.

Liderlikni qayta shakllantirish talabi. An'anaviy buyruq-boshqaruv uslubidan hamkorlik va qo'llab-quvvatlash uslubiga o'tish zarur bo'ldi. Rahbarlar nazoratchi rolidan ko'zda ko'proq yordamchi va yo'l boshchi rolini o'ynashga kirishdilar. Bu o'zgarish ba'zi rahbarlar uchun qiyin bo'ldi, ammo natijada jamoaviy ish yanada samarali bo'ldi va xodimlar o'z g'oyalarini erkin bildirib boshlashdi.

Uzoq muddatli perspektiva. Tadqiqot natijalariga ko'ra, innovatsion metodlarning to'liq samarasi darhol ko'rinmaydi. Dastlabki uch-to'rt oy davomida hatto ba'zi ko'rsatkichlar yomonlashishi mumkin, chunki xodimlar yangi usullarga moslashish jarayonida bo'lishadi. Biroq oltmish kundan keyin barqaror va ijobiy o'zgarishlar yaqqol namoyon bo'la boshlaydi. Shuning uchun rahbariyat sabr-toqat bilan yondashishi va qisqa muddatli qiyinchiliklarga tayyor bo'lishi zarur.

XULOSA. Innovatsion menejment vositalarining turizm sohasidagi qo'llanilishi natijadorlik, mijoz qoniqishi va ichki operatsiyalarning samarali bo'lishida muhim o'rin tutadi. Olib borilgan tadqiqot aniq tasdiqladi ki, zamonaviy boshqaruv yondashuvlari an'anaviy usullardan sezilarli darajada ustun turadi va haqiqiy biznes natijalarga olib keladi.

Tadqiqot davomida kuzatilgan o'zgarishlar shuni ko'rsatdiki, innovatsion metodlar nafaqat raqamlar va ko'rsatkichlarni yaxshilaydi, balki butun tashkilot madaniyatini ijobiy yo'nalishda o'zgartiradi. Xodimlar o'z ishlariga yanada mas'uliyat bilan yondashib, mijozlar bilan muloqotda kreativroq bo'lishdi. Mijozlar ham o'z navbatida agentliklarning professional darajasining oshganini his etib, takroran murojaat qilish va do'stlariga tavsiya etish ehtimoli ortdi. Ayniqsa, Agile va Lean kabi modellar raqobatchi bozorda yutib chiqish uchun strategik afzallik hisoblanadi. Bozor tezkor o'zgarib turgan sharoitda moslashuvchanlik va samaradorlik kompaniyalarning omon qolishi uchun zarur shartlardir. Tadqiqotda qatnashgan agentliklarning hammasi o'z raqiblariga nisbatan ustunlik qozonganliklarini ta'kidladilar. Ular mijozlarga tezroq javob berish, arzonroq narxlar taklif qilish va yangi xizmat turlarini ishlab chiqishda oldingi safda turishi mumkin bo'ldi.

Bundan kelib chiqib, mahalliy turizm korxonalari ushbu metodlardan samarali foydalanish uchun bir qator muhim choralarga e'tibor qaratishlari zarur. Eng birinchi navbatda, kadrlar salohiyatini oshirish masalasiga jiddiy yondashish lozim. Bu nafaqat yangi bilimlar berish, balki amaliy ko'nikmalar va yangi fikrlash usullarini o'rgatishni ham anglatadi. Xodimlar an'anaviy ish uslublaridan voz kechib, yangi yondashuvlarni qabul qilishlari uchun vaqt va qo'llab-quvvatlash zarur.

Raqamli platformalarni joriy etish ham muhim omil hisoblanadi. Zamonaviy mijozlar onlayn xizmatlar, tezkor javoblar va qulay to'lov tizimlarini kutishadi. Tadqiqotda qatnashgan agentliklarning texnologik vositalardan foydalanish darajasi ortgani ularning umumiy samaradorlik o'sishiga sezilarli hissa qo'shdi. Mobil ilovalar, avtomatlashtirilgan javob tizimi va raqamli to'lov usullari mijozlar uchun qulaylik yaratdi va xodimlar uchun ish yukini kamaytirdi.

Jahon tajribasini adaptatsiya qilish masalasida ehtiyotkor yondashuv zarur. Xorijiy kompaniyalarning muvaffaqiyatli tajribalarini to'liq nusxalash har doim ham samarali bo'lavermaydi, chunki mahalliy bozor sharoitlari, madaniy xususiyatlar va mijozlar mentaliteti farq qiladi. O'zbek turizm bozorining o'ziga xos jihatlari, masalan, oilaviy sayohatlarga e'tibor, milliy taomlar va madaniyatga qiziqish, din va an'analarga hurmat kabi omillarni hisobga olish zarur.

Turizm sohasida innovatsion yondashuvlarning kelajagi juda istiqbolli ko'rinadi. Pandemiya keyin butun dunyo turizm industriyasi tez tiklanish va yangi xavfsizlik standartlariga moslashish zarurligini his etdi. O'zbekistonda ham bu jarayon davom etmoqda va innovatsion metodlar qo'llagan kompaniyalar bozorning etakchi o'rinlarini egallash imkoniyatiga ega.

Innovatsion menejment vositalari – bu nafaqat zamonaviy trend, balki turizm biznesining barqaror rivojlanishi uchun zaruriy vositadir. Ularni to'g'ri qo'llash va mahalliy sharoitlarga moslash orqali O'zbekiston turizm korxonalari xalqaro standartlarga javob beradigan va raqobatbardosh bo'lgan tizimlarni yaratishi mumkin.

Eng muhimi, bu o‘zgarishlar vaqtinchalik emas, balki uzoq muddatli rivojlanish asosi bo‘lishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 2023-yil 18-yanvardagi PF-34-son Farmoni.
2. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Turizm faoliyatini raqamlashtirish dasturi”ni tasdiqlash to‘g‘risida 2022-yil 15-dekabrdagi 745-son qarori.
3. O‘zbekiston Respublikasi Turizm va sport vazirligi. Turizm statistikasi: 2022–2023 yillar. – Toshkent: TSVV, 2023. – 124 b.
4. Abdug‘afurov A.A. Turizm menejmenti: nazariya va amaliyot. – Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2022. – 245 b.
5. Burxonov U.T. O‘zbekistonda turizm sanoatini rivojlantirish strategiyasi. – Toshkent: Fan, 2023. – 180 b.
6. Jo‘rayev B.S. Turizm xizmatlarida innovatsion yondashuvlar // O‘zbekiston iqtisodiyoti jurnali. – 2023. – № 4. – B. 34–41.
7. Mamatqulov I.R. Raqamli texnologiyalar va turizm: zamonaviy tendentsiyalar. – Toshkent: TDIU, 2022. – 156 b.
8. Nazarov F.K., Karimova M.A. Turizm korxonalarida strategik menejment. – Samarqand: SamISI, 2023. – 203 b.
9. Александрова А.Ю. Международный туризм: инновационные технологии управления. – Москва: КНОРУС, 2022. – 312 с.
10. Биржаков М.Б. Введение в туризм: теория и практика управления. – СПб.: Герда, 2023. – 544 с.
11. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. – Ростов н/Д: Феникс, 2022. – 384 с.
12. Buhalis D. eTourism: Information technology for strategic tourism management. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2023. – 389 p.
13. Cooper C., Fletcher J. Tourism: Principles and Practice. – 6th ed. – Harlow: Pearson, 2022. – 712 p.
14. Dwyer L., Edwards D. Tourism Management: An Introduction. – Sydney: Cengage Learning, 2023. – 456 p.
15. Gretzel U., Sigala M. Technology in Tourism: From Information Communication Technologies to eTourism and Smart Tourism towards Ambient Intelligence Tourism. – Berlin: Springer, 2022. – 234 p.