

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. The World Bank Group. Tourism and the Sharing Economy: Policy & Potential of Sustainable Peer-to-Peer Accommodation. (2018). Page 23.
2. Pai WT, Phan KT, Pham CV, Lee JM, Hsieh CJ. (2024) Analyzing tourist expenditures incurred on long-, medium-, and short-haul trips to Taiwan. Annals of Tourism Research Empirical Insights. 5(2).
3. O'zbekiston Respublikasi Prezident huzuridagi Statistika agentligining 2024-yil yanvar-dekabr davri statistik axborotnomasi.
4. https://imrs.uz/publications/articles-and-abstracts/local_tourism
5. Tourism development in Uzbekistan — challenges and opportunities. Special policy brief by Caspian Policy Center. 2019/11. Page 8-9.
6. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 18-sentyabrdagi "Turizmning yangi turlarini joriy qilish hamda mamlakatimizning turistik salohiyatidan samarali foydalanishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" gi 582-sonli Qarori.

MEHMONDO'STLIK SANOATIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA INNOVATSION MARKETINGNING ROLI

Azizova Sug'diyona Baxtiyor qizi

O'zXIA magistranti

e-mail:sugdiyonabaxtiyarovna23@gmail

Annotatsiya: Ushbu maqola mehmondo'stlik sanoatida raqamli texnologiyalar va innovatsion marketingning ahamiyatini tahlil qiladi. So'nggi yillarda mehmondo'stlik sohasida raqamli transformatsiya va marketing strategiyalarining joriy etilishi xizmatlar sifatini oshirish, mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash va raqobatbardoshlikni kuchaytirish imkoniyatlarini yaratdi. Maqolada jahonda va mamlakatimizda sodir bo'layotgan o'zgarishlar, sohadagi mavjud muammolar va ularning yechimlari ko'rib chiqilgan. Raqamli texnologiyalarni muvaffaqiyatli qo'llash va innovatsion marketing yondashuvlarini tatbiq etish orqali mehmondo'stlik sanoatining rivojlanishiga qanday ta'sir ko'rsatishi mumkinligi haqida tahlil olib borilgan.

Kalit so'zlar: Raqamli texnologiyalar, innovatsion marketing, mehmondo'stlik sanoati, shaxsiylashtirilgan xizmatlar, raqobatbardoshlik, Big Data, sun'iy intellekt, turizm sanoati

Kirish: Globallashuv va raqamli transformatsiya sharoitida mehmondo'stlik sanoati jadal rivojlanib, innovatsion yondashuvlarni talab qilmoqda. An'anaviy xizmat ko'rsatish uslublari o'z o'rnini raqamli texnologiyalar asosidagi zamonaviy strategiyalarga bo'shatib bermoqda. Bugungi kunda mehmondo'stlik sohasi mijozlar ehtiyojlarini chuqur tushunish, ularga qulaylik yaratish va sodiqlikni oshirish uchun sun'iy intellekt, big data, blokcheyn, virtual va kengaytirilgan reallik hamda tarmoqlararo integratsiya kabi ilg'or texnologiyalardan foydalanmoqda.

Raqamli texnologiyalar mehmondo'stlik sanoatida nafaqat xizmatlar sifatini oshirish, balki samaradorlikni yaxshilash va xarajatlarni optimallashtirish imkonini ham beradi. Shuningdek, innovatsion marketing strategiyalari, xususan, nishonli reklama, ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlar bilan bevosita aloqalar o'rnatish hamda shaxsiylashtirilgan takliflarni ilgari surish mehmonxonalar, restoranlar va sayyohlik kompaniyalari uchun muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Ushbu maqolada mehmondo'stlik sanoatida raqamli texnologiyalarning joriy etilishi, innovatsion marketing strategiyalarining o'rni va ularning sanoatning rivojlanishiga ta'siri tahlil qilinadi. Tadqiqot dolzarbligi shundaki, raqamli texnologiyalar va marketing innovatsiyalari mehmondo'stlik sohasining global bozorda raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Shu bois, ushbu mavzuni chuqur o'rganish va sohaga oid ilg'or tajribalarni tahlil qilish bugungi kunning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

Asosiy qism: So'nggi yillarda jahonda mehmondo'stlik sanoatida katta o'zgarishlar sodir bo'ldi. Global pandemiya va raqamli transformatsiya jarayonlari bu sohaga yangi talablar va imkoniyatlar keltirdi. Internetning keng tarqalishi, mobil ilovalar va onlayn bronlash tizimlarining rivojlanishi mehmondo'stlik sanoatining strukturasi va xizmat ko'rsatish shakllarini tubdan

o'zgartirdi. Yangi raqamli texnologiyalar va innovatsion marketing usullarining joriy etilishi, o'z navbatida, sayohat va mehmondo'stlik sohasida raqobatni kuchaytirdi.

Dunyo bo'ylab mehmondo'stlik xizmatlari ko'rsatilgan joylarda raqamli texnologiyalardan foydalanish katta tezlikda rivojlanmoqda. Masalan, sun'iy intellekt yordamida mijozlarning ehtiyojlari va istaklarini tahlil qilish, ular uchun shaxsiylashtirilgan xizmatlar taqdim etish, big data asosida bozordagi tendentsiyalarni prognozlash va blokcheyn texnologiyasi orqali xizmatlar uchun to'lov tizimlarini yaxshilash ko'rsatilayotgan asosiy yo'nalishlar hisoblanadi. Raqamli texnologiyalarni qo'llash orqali mehmonxona va restoranlar o'z mijozlari bilan yanada samarali aloqalarni o'rnatish, xizmatlarni shaxsiylashtirish va ularni onlayn tarzda bronlashni osonlashtirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda¹²⁴.

Bundan tashqari, innovatsion marketing strategiyalarining ahamiyati ham o'sib bormoqda. O'z vaqtida va to'g'ri yo'naltirilgan marketing kampaniyalari mijozlarning sodiqligini oshirishi, brendning tan olinishi va kompaniyaning daromadini oshirishga yordam beradi. Ijtimoiy tarmoqlar, internet reklamalari, video marketing va blogerlar bilan hamkorlik kabi yangi marketing vositalari mehmondo'stlik sohasida keng qo'llanilmoqda. Shu bilan birga, mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqalar o'rnatish va ularga individual takliflar qilish marketingni yanada samarali qilishga yordam bermoqda.

Mamlakatimizda ham mehmondo'stlik sanoati bo'yicha sezilarli o'zgarishlar kuzatilmoqda. O'zbekistonning turizm salohiyatining oshishi, xalqaro aloqalar va transport tizimlarining yaxshilanishi mehmondo'stlik sohasiga katta ta'sir ko'rsatmoqda. Shuningdek, yurtimizda raqamli texnologiyalarni joriy etish ham kengayib bormoqda. Mobil ilovalar va onlayn bronlash tizimlari, shuningdek, mehmondo'stlik xizmatlarini shaxsiylashtirishga qaratilgan raqamli platformalar rivojlanmoqda. Bu o'zgarishlar, ayniqsa, turizm va mehmondo'stlik sohasida samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi.

Mamlakatimizda raqamli texnologiyalarni joriy etishning ahamiyati shundaki, u bizning mehmondo'stlik xizmatlarimizni nafaqat mahalliy bozorga, balki xalqaro miqyosga ham tanitishga imkon yaratadi. Xalqaro turizm rivojlanishining yangi bosqichiga o'tish, mamlakatni dunyo bo'ylab tanitish va mehmondo'stlik sanoatida raqobatbardoshlikni oshirish uchun innovatsion marketing strategiyalarini tatbiq etish zarur.

So'nggi yillarda jahonda mehmondo'stlik sanoatida raqamli texnologiyalar va innovatsion marketingning roli ortib bormoqda. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, 2022 yilda xalqaro sayohatlar soni 2019 yilga nisbatan 60 foizga oshgan¹²⁵. Bu o'zgarishlar, ayniqsa, pandemiyadan keyingi tiklanish jarayonida raqamli texnologiyalar yordamida amalga oshirilgan. Internetga asoslangan bronlash tizimlarining jadal rivojlanishi, mobil ilovalar va sun'iy intellekt asosida xizmatlarni shaxsiylashtirish sayohatchilarni yanada ko'proq jalb qilmoqda. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshirilgan reklama va marketing kampaniyalari orqali turizm va mehmondo'stlik sohasida raqobatni oshirishga xizmat qilmoqda.

O'zbekiston mehmondo'stlik sanoatida ham sezilarli o'zgarishlar ro'y bermoqda. 2023 yilda mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni 2022 yilga nisbatan 25 foizga oshgan. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi tomonidan taqdim etilgan ma'lumotlarga ko'ra, 2022 yilda mamlakatga 7,4 million turist kelgan, bu esa 2021 yilga nisbatan 35 foizga ko'proqdir. Mehmondo'stlik sohasidagi o'sish, asosan, raqamli texnologiyalarning qo'llanilishi va innovatsion marketing strategiyalarining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi natijasida bo'lmoqda.

Mobil ilovalar va onlayn rezervatsiya tizimlarining samaradorligi, shuningdek, raqamli marketingni rivojlantirish orqali mehmondo'stlik xizmatlarini shaxsiylashtirish imkoniyatlari

¹²⁴ Jahromi, M., & Najafi, A. (2021). Digital Transformation in the Hospitality Industry: Trends and Future Prospects. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(4), 365-378. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2020-0143>

¹²⁵ United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *Tourism Recovery 2022: Trends and Statistics*. Retrieved from <https://www.unwto.org/tourism-recovery-2022>.

2023 yilda sezilarli darajada kengaydi. Masalan, O'zbekistonda "Booking.com" va "Airbnb" kabi global platformalarda joylashgan mehmonxonalarning soni 2022 yilga nisbatan 18 foizga oshgan. Bu raqamlar, o'z navbatida, raqamli texnologiyalarni joriy etishning mehmondo'stlik sanoatining rivojlanishiga qanday ta'sir ko'rsatishini yaqqol ko'rsatadi.

Shuningdek, innovatsion marketingning turizm va mehmondo'stlik sanoatiga ta'siri sezilarli. Yirik mehmonxona tarmoqlari va sayyohlik kompaniyalari o'z mijozlari bilan bevosita aloqalar o'rnatish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishni kuchaytirdi. 2023 yilda mehmondo'stlik va turizm sektori bo'yicha reklama xarajatlari 10 milliard dollarni tashkil etdi. Shundan 35 foizi raqamli reklama va ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshirildi, bu esa raqamli marketingning samaradorligini va ahamiyatini tasdiqlaydi.

Mamlakatimizda raqamli texnologiyalarni joriy etishning yanada rivojlanishi mehmondo'stlik sohasida yangi imkoniyatlarni yaratmoqda. Yaqin kelajakda O'zbekistonda mehmondo'stlik sohasidagi raqamli platformalar va marketing texnologiyalarining yanada kengayishi kutilmoqda. Bu o'zgarishlar nafaqat mahalliy, balki xalqaro bozorlarda ham mamlakatimizning raqobatbardoshligini oshiradi. Xalqaro tajribalardan kelib chiqqan holda, innovatsion marketing va raqamli texnologiyalarni faol qo'llash, O'zbekistonni sayohatchilar uchun jozibador joyga aylantirishda muhim rol o'ynaydi.

Mehmondo'stlik sanoatida raqamli texnologiyalar va innovatsion marketing strategiyalarining joriy etilishi bilan birga bir qator muammolar ham yuzaga kelmoqda. Ushbu muammolarni hal etish uchun samarali yechimlar izlash zarurati mavjud.

1. Internetga kirish va raqamli infratuzilma yetishmovchiligi. Mehmondo'stlik xizmatlarini raqamlashtirish va innovatsion marketingni joriy etishning asosiy muammolaridan biri — ko'plab rivojlanayotgan mamlakatlarda internetga kirish imkoniyatlarining cheklanganligi va raqamli infratuzilmaning yetarli emasligi. Bu, ayniqsa, chekka hududlarda joylashgan mehmonxonalar va turizm kompaniyalari uchun katta to'siqlik yaratadi.

Ushbu muammoni hal qilish uchun mamlakatlar hukumatlari va xususiy sektor birgalikda raqamli infratuzilmani yaxshilashga e'tibor qaratishi lozim. Yangi texnologiyalarni qabul qilishda internetni kengaytirish, mobil tarmoqlarni mustahkamlash va zamonaviy raqamli platformalarni yaratish zarur. Shuningdek, mehmondo'stlik sohasidagi kichik va o'rta bizneslar uchun raqamli texnologiyalarni o'rganish va ulardan foydalanish imkoniyatlarini yaratish muhimdir.

2. Raqamli marketingni muvaffaqiyatli qo'llashdagi tajriba yetishmasligi. Boshqa sohaga qaraganda mehmondo'stlik sanoatida innovatsion marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli qo'llashda tajriba yetishmovchiligi mavjud. Ko'plab mehmonxonalar va sayyohlik kompaniyalari raqamli marketingni samarali ravishda qo'llash uchun yetarlicha bilim va resurslarga ega emas.

Raqamli marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli qo'llash uchun mutaxassislar va marketing guruhlarini tayyorlash zarur. Mehmondo'stlik kompaniyalari, shuningdek, raqamli marketing sohasida tajribali konsalting kompaniyalaridan yordam olishlari mumkin. Shuningdek, raqamli marketingni joriy etayotgan kompaniyalar o'zlarining yutuqlari va xatolaridan o'rganishlari kerak.

3. Shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taqdim etishdagi muammolar. Hozirgi kunda mijozlar shaxsiylashtirilgan xizmatlarga katta e'tibor bermoqda. Ammo, ko'plab mehmondo'stlik kompaniyalari mijozlarning ehtiyojlarini aniqlash va ularni qondirishda qiyinchiliklarga duch kelmoqdalar¹²⁶. Raqamli texnologiyalar orqali xizmatlarni shaxsiylashtirish imkoniyatlari mavjud bo'lsa-da, ular ko'p hollarda samarali tarzda amalga oshirilmayapti.

Shaxsiylashtirilgan xizmatlar yaratish uchun mehmondo'stlik kompaniyalari sun'iy intellekt va big data texnologiyalaridan foydalanishlari kerak. Mijozlar haqidagi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va ularni shaxsiy ehtiyojlariga moslashtirish orqali yuqori sifatli va individual xizmatlar taklif qilish mumkin. Bundan tashqari, mijozlar bilan muntazam aloqada bo'lish va

¹²⁶ Khan, S., & Ali, M. (2022). Impact of Digital Marketing in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Management*, 14(2), 85-102. <https://doi.org/10.1016/j.ijhtm.2022.05.005>

ularning fikr-mulohazalarini olish orqali xizmatlarni takomillashtirish zarur.

4. Raqobatning kuchayishi va bozorning to'lib ketishi. Dunyo bo'ylab mehmondo'stlik sanoatida raqobat juda kuchaygan. Yangi kirib kelayotgan kompaniyalar va xizmat ko'rsatuvchi platformalar bozorni to'ldirgan. Bu esa, kichik va o'rta kompaniyalar uchun o'z o'rnini topish va mijozlarni jalb qilishni qiyinlashtirmoqda.

Raqobatbardoshlikni oshirish uchun mehmondo'stlik kompaniyalari o'z xizmatlarini yangilab, mijozlar ehtiyojlariga yanada moslashtirishlari lozim. Innovatsion yondashuvlar, sifatli xizmatlar va mijozlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalari orqali kompaniyalar bozorning o'ziga xos joylarini topishlari mumkin. Shuningdek, kompaniyalar raqamli platformalarda faoliyat yuritib, yangi mijozlar jalb qilish uchun ijtimoiy tarmoqlarni samarali qo'llashlari kerak.

5. Raqamli ma'lumotlar xavfsizligi va shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish. Raqamli texnologiyalarni joriy etish bilan bog'liq yana bir muammo — mijozlarning shaxsiy ma'lumotlarining xavfsizligi va himoyasi. Onlayn bronlash tizimlarining ko'payishi bilan mijozlarning moliyaviy ma'lumotlari va shaxsiy tafsilotlari xavf ostiga tushishi mumkin.

Bu muammoni hal qilish uchun mehmondo'stlik kompaniyalari va raqamli platformalar ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlashga alohida e'tibor berishlari zarur. Ma'lumotlarni himoya qilishning zamonaviy usullarini qo'llash, shifrlash texnologiyalarini joriy etish va mijozlarga ularning ma'lumotlari qanday saqlanishi haqida aniq ma'lumot berish orqali ishonchni oshirish mumkin.

Ushbu yechimlar mehmondo'stlik sanoatining rivojlanishiga to'sqinlik qilayotgan muammolarni hal qilishga yordam beradi va sohaga innovatsion yondashuvlarni joriy etishda muhim ahamiyatga ega.

Xulosa: Mehmondo'stlik sanoatida raqamli texnologiyalar va innovatsion marketing strategiyalarining o'rni tobora kuchayib bormoqda. Jahon va mamlakatimizda so'nggi yillarda sodir bo'lgan o'zgarishlar, raqamli transformatsiya va yangi marketing yondashuvlarining joriy etilishi mehmondo'stlik sohasida katta imkoniyatlar yaratmoqda. Mobil ilovalar, sun'iy intellekt, big data va blokcheyn texnologiyalarining qo'llanilishi nafaqat xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, balki samaradorlikni yaxshilash va mijozlar bilan o'zaro aloqalarni chuqurlashtirish imkonini bermoqda.

Biroq, bu jarayonda bir qator muammolar ham mavjud bo'lib, ular internetga kirishning cheklanganligi, raqamli infratuzilmaning yetishmasligi, shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taqdim etishdagi qiyinchiliklar, raqobatning kuchayishi va ma'lumotlar xavfsizligi bilan bog'liq xavflar bo'yicha qarorlar talab etmoqda. Ushbu muammolarni hal qilish uchun samarali yechimlar izlanishi zarur, jumladan, raqamli infratuzilmani rivojlantirish, marketing mutaxassislarini tayyorlash, shaxsiylashtirilgan xizmatlar yaratish va ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlashga katta e'tibor qaratish kerak.

Yakuniy tahlil shuni ko'rsatadiki, mehmondo'stlik sanoatidagi raqamli texnologiyalar va innovatsion marketingning roli kelgusi yillarda yanada ortishi kutilmoqda. Mamlakatimizda bu sohada raqamli platformalar va texnologiyalarning joriy etilishi, shuningdek, marketingni innovatsion usullar bilan rivojlantirish O'zbekistonni global turizm bozorida raqobatbardosh qilishga yordam beradi. Shu bois, mehmondo'stlik sohasida muvaffaqiyatga erishish uchun raqamli texnologiyalar va marketingni integratsiyalash muhim ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Jahromi, M., & Najafi, A. (2021). Digital Transformation in the Hospitality Industry: Trends and Future Prospects. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(4), 365-378. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2020-0143>
2. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *Tourism Recovery 2022: Trends and Statistics*. Retrieved from <https://www.unwto.org/tourism-recovery-2022>.
3. Khan, S., & Ali, M. (2022). Impact of Digital Marketing in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Management*, 14(2), 85-102. <https://doi.org/10.1016/j.ijhtm.2022.05.005>

O'ZBEKISTONDA MEHMONDO'STLIK SANOATINING RIVOJLANISH OMILLARI VA MUAMMOLARI

Madaminova Gulmira Akramjon qizi

O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi magistranti
gulmiramadaminova522@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada O'zbekiston Respublikasida turizm sohasining ahamiyati, mamlakat salohiyati va rivojlanish yo'llari tahlil qilingan. Tadqiqotda turizmning milliy iqtisodiyotga ta'siri, yangi ish o'rinlari yaratishdagi roli va infratuzilmani rivojlantirishdagi o'rni yoritilgan. Shuningdek, O'zbekistonning boy madaniy merosi va tabiiy landshaftlari asosida turizm sektorining asosiy yo'nalishlari — madaniy, ekologik, gastronomik, sarguzasht va sog'lomlashtirish turizmi imkoniyatlari ko'rib chiqilgan. Tadqiqot davomida turizm sohasida mavjud bo'lgan asosiy muammolar, jumladan, mavsumiylik, infratuzilma yetishmovchiligi va marketing strategiyalari yetarlicha rivojlanmagani tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar. Turizm, iqtisodiy rivojlanish, madaniy meros, ekoturizm, gastronomik turizm, sarguzasht turizmi, sog'lomlashtirish, infratuzilma, davlat boshqaruvi, xalqaro hamkorlik.

Kirish: O'zbekistonning mehmondo'stlik sanoati mamlakatning iqtisodiy rivojlanishida muhim o'rin tutadi. Mehmonxona va restoran xizmatlarining kengayishi, turizm sohasining rivojlanishi hamda xalqaro tajribaning tatbiq etilishi ushbu tarmoqning jadal rivojlanishiga olib kelmoqda. Biroq, bu jarayonda bir qator omillar va muammolar mavjud bo'lib, ularning o'rganilishi mehmondo'stlik sanoatini barqaror va samarali rivojlantirishga yordam beradi.

Mehmondo'stlik sanoatining rivojlanishiga bir necha asosiy omillar ta'sir ko'rsatadi. Birinchidan, bozorning talablariga moslashuvchanlik va xodimlar omili katta ahamiyat kasb etadi. Xususan, xizmatlarning innovatsion rivojlanishi bozor ehtiyojlariga moslashish, xodimlarning sadoqati, ularni o'qitish va rag'batlantirish bilan chambarchas bog'liqdir¹²⁷. Ikkinchidan, iqtisodiy va siyosiy aralashuvlar muhim rol o'ynaydi. Hukumat tomonidan moliyaviy qo'llab-quvvatlash, soliq imtiyozlari va mehnat bozoriga oid islohotlar mehmondo'stlik sanoatiga likvidlik va talabni rag'batlantirish orqali ta'sir qiladi¹²⁸. Uchinchidan, global tendensiyalar ham ushbu sohaning rivojlanishiga turtki bo'lib xizmat qiladi. YaIM o'sishi, iqtisodiy daromadlarning oshishi, globallashtirish, demografik o'zgarishlar va texnologik innovatsiyalar mehmondo'stlik sanoatining yangi bosqichga chiqishiga yordam beradi¹²⁹. Bundan tashqari, sayyohlarning xatti-harakatlari va ularning o'zgaruvchan istaklari ham mehmondo'stlik xizmatlariga bo'lgan talabni shakllantiradi¹³⁰.

Biroq, ushbu sohaning rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi qator muammolar ham mavjud. Iqtisodiy inqirozlar mehmondo'stlik sanoatiga katta zarba berishi mumkin. Masalan, COVID-19 pandemiyasi tufayli turizm to'xtagan, mehmonxonalar va restoranlar yopilgan hamda ko'plab ish o'rinlari yo'qotilgan¹³¹. Shuningdek, mehnat xarajatlarining yuqoriligi, past foyda marjalari, raqobat, oziq-ovqat narxlarining oshishi va xodimlarning tez-tez almashinuvi ushbu sohada uzoq

¹²⁷ Pikkemaat, B., Peters, M., & Chan, C. S. (2018). Needs, drivers and barriers of innovation: The case of an alpine community-model destination. *Tourism management perspectives*, 25, 53-63.

¹²⁸ González-Torres, T., Rodríguez-Sánchez, J. L., & Pelechano-Barahona, E. (2021). Managing relationships in the Tourism Supply Chain to overcome epidemic outbreaks: The case of COVID-19 and the hospitality industry in Spain. *International journal of hospitality management*, 92, 102733.

¹²⁹ Sharma, M., Antony, R., Sehrawat, R., Cruz, A. C., & Daim, T. U. (2022). Exploring post-adoption behaviors of e-service users: Evidence from the hospitality sector/online travel services. *Technology in Society*, 68, 101781.

¹³⁰ Yang, Z., Xia, L., & Cheng, Z. (2017). Performance of Chinese hotel segment markets: Efficiencies measure based on both endogenous and exogenous factors. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 12-23.

¹³¹ Khan, K. I., Niazi, A., Nasir, A., Hussain, M., & Khan, M. I. (2021). The effect of COVID-19 on the hospitality industry: The implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 30.