

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Давронов И.О. Email: Davronov1164@scientifictext.ru

Давронов Истамхужа Олимович - преподаватель,
кафедра туризма и гостиничного бизнеса,
Бухарский государственный университет, г. Бухара, Республика Узбекистан

Аннотация: инновации в нашем поколении являются важным фактором экономической конкурентоспособности фирм. Изучение инноваций в сфере услуг все еще находится в зачаточном состоянии, а первые исследования появились только в конце 1990-х годов. Становится еще сложнее, когда это касается гостиничных и туристических фирм. Туризм в настоящее время является одной из наиболее перспективных отраслей в мире и сейчас необходимо лучше понимать инновации в этом секторе. Данное исследование направлено на решение общего вопроса: как объяснить инновации в сфере гостеприимства и туризма.

Ключевые слова: гостеприимство, туристическое обслуживание, индустрия туризма, инновации, гостиничные фирмы, стоимость инноваций.

THE ECONOMIC IMPACT OF INNOVATION IN THE TOURISM FIELD

Davronov I.O.

Davronov Istamkhuja Olimovich - Lecturer,
TOURISM AND HOTEL BUSINESS DEPARTMENT,
BUKHARA STATE UNIVERSITY, BUKHARA, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: innovations in our generation are an important factor in the economic competitiveness of firms. Studying service innovations is still in its infancy, and the first studies appeared only in the late 1990s. It becomes even more difficult when it comes to hotel and travel companies. Tourism is currently one of the most promising sectors in the world, and now it is necessary to better understand innovations in this sector. This study is aimed at solving a general question: how to explain innovations in the field of hospitality and tourism.

Keywords: hospitality, tourism services, tourism industry, innovation, hotel companies, cost of innovation.

УДК 339.976.4

За последние несколько десятилетий услуги сыграли главную роль в экономике большинства промышленно развитых регионов. Инновационные технологии и виды бизнеса изменили содержание окружающей среды. Инновационные услуги «означают что-то новое в образе жизни, организации, сроках и размещении того, что обычно можно охарактеризовать как индивидуальные и коллективные процессы, которые относятся к потребителям».

Инновации можно измерить разными способами. Основываясь на деловом словаре, инновация - это метод перевода идеи или изобретения в товар или услугу, которая устанавливает ценность или за которую клиенты будут платить. Чтобы быть названным нововведением, идея должна быть тиражируемой по экономическим затратам и должна отвечать конкретной потребностям. Изменения в туристской практике могут принести существенные выгоды за счет мотивации изменений к большей устойчивости в цепочке поставок туризма и других секторах.

Процветание в гостиничном бизнесе ничем не отличается: гостиничные новаторы участвуют в создании отелей, где, по их мнению, выгоды будут направлены в сторону промышленности; гостиничные сети разрабатывают стадию распространения, которая обеспечивает новые преимущества в отношении клиентов.

Инновационные технологии и виды бизнеса изменили структуру гостеприимства и туризма. Примером таких нововведений являются телефонные ключи, мобильная самообслуживание, онлайн-бронирование с телефонами, киоски для самообслуживания, устройства для лоббирующих медиа-панелей, электронные теги багажа, приносят с собой собственное устройство, умные -фонические посадочные талоны, системы оптимизации гостиничных услуг, инструменты для подключения устройств для гостей, голосовые телефоны через интернет-протокол, которые взаимосвязаны с экосистемой отеля, различные устройства для распознавания гостей, меню планшета и системы бронирования таблиц, чтобы назвать несколько.

Инновации в индустрии гостеприимства и туризма относятся к локусу инновационных режимов обслуживания, отличающихся от инноваций продукта. В результате постоянных инноваций сервисные фирмы улучшили качество своего обслуживания и предложили более индивидуальный опыт. Это выполняется путем прогнозирования потребностей и потребностей клиентов, повышения лояльности через различные программы, расширения клиентской базы при одновременном снижении

неиспользуемых мощностей и повышении эффективности и производительности. Сервисные инновации определяют способы создания и предоставления большей ценности клиентам через технологии или процессы. Он включает в себя постоянное совершенствование и оптимизацию идей для расширения возможностей сотрудников, акционеров и потребителей. В результате инноваций возник новый опыт клиентов.

Инновационное сотрудничество между брендами, которые работают в разных отраслях, также формирует индустрии гостеприимства и туризма. Исследование инноваций в сфере туризма также находится в зачаточном состоянии. Различные причины лежат за небольшим числом научных исследований в этом секторе. Смысл туристического продукта как комбинации ряда элементов усложняет эмпирические исследования. На самом деле продукты туризма могут включать материальные и/или нематериальные элементы. Например, пункт назначения может быть выстроен как любой из многочисленных поставщиков, таких как гостиницы, рестораны, туристические фирмы/агентства, фирмы по прокату автомобилей, туристические гиды и т.д. Кроме того, туризм - это не просто производство товаров или услуг. Несколько нематериальных характеристик воплощены в людях как личности.

Список литературы / References

1. *Barcet A.* "Innovation in services: a new paradigm and innovation model", in Gallouj F. and Djellal F. (Eds), *The Handbook of Innovation and Services: A Multidisciplinary Perspective*, Edward Elgar, Cheltenham, 2010. Pp. 49-67.
2. *Cohen W., Levinthal D.* "Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation", *Administrative Science Quarterly*, 1990. 35 (1). Pp. 128-152.
3. *Hamraev H.* Transition economies need special policies-liberalization policies // Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования, 2017. С. 1877-1881.
4. *Hjalager Anne-Mette.* "A review of innovation research in tourism", *Tourism Management*, 2010. 31 (1), 1–12. 4.
5. *Olimovich D.I.* Tourism potential of Uzbekistan // *Lucrările Seminarului Geografic" Dimitrie Cantemir"*, 2015. Т. 40. С. 125-130.
6. *Sobirov B.* Innovative development of tourism in Uzbekistan // *American Journal of Economics and Business Management*, 2018. Т. 1. № 1. С. 60-74.
7. *Маклашина Л.Р.* Роль инноваций в развитии туризма // *Креативная экономика*, 2011. № 12.
8. *Таирова М.М., Гиязова Н.Б.* Роль маркетинга в сфере агропромышленного комплекса Узбекистана // *Современные тенденции развития аграрного комплекса*, 2016. С. 1616-1620.
9. *Ibragimov N., Xurramov O.* Types of competition in destination marketing and 6A model of competitiveness, 2015.
10. *Файзиева С.А., Узбекистан Р.* Перспективы развития туристической отрасли в Республике Узбекистан. *Prospects of tourism industry in the Republic of Uzbekistan* // Редакционная коллегия: С.В. Дусенко—доктор социологических наук, профессор Н.Л. Авилова—доктор исторических наук, профессор, 2017. С. 448.
11. *Саидова Ф.К.* Современные тенденции развития международного туризма // *Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России*, 2017. С. 108-113.
12. *Таджиева С.У., Кодирова М.М.* Основные направления развития программы локализации в Узбекистане // *Современные тенденции развития науки и производства*, 2016. С. 374-377.
13. *Таирова М.М.* Оптимизация инфраструктуры туризма в Бухаре // *Вопросы науки и образования*, 2018. № 15 (27).
14. *Rustamovna T.H., Anvarovich K.A.* The role of small businesses to improve the export potential // *Academy*, 2016. № 12 (15).
15. *Орипов М.А., Давлатов С.С.* Развитие животноводства и кормопроизводства в Бухарской области // *Наука, техника и образование*, 2019. № 7 (60).
16. *Таирова М.М.* Уровень развития туристской инфраструктуры в Республике Узбекистан // *Вопросы науки и образования*, 2018. № 15 (27).
- 17.