



## РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ТУРИЗМЕ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Мирсалихова Нилуфар Алаутдиновна

Преподаватель кафедры "Отраслевой Экономики" Ташкентского Университета прикладных наук

Email: [mirsalixova.na@mail.ru](mailto:mirsalixova.na@mail.ru)

Шадманкулов Азамат Аблакулович

Преподаватель кафедры "Отраслевой Экономики" Ташкентского Университета прикладных наук

Email: [azamatshadmankulov16@gmail.com](mailto:azamatshadmankulov16@gmail.com)

### ARTICLE INFORMATION

Volume: 1

Issue: 11

DOI: [https://doi.org/10.55439/INSURE/vol1\\_iss11/a5](https://doi.org/10.55439/INSURE/vol1_iss11/a5)

### ABSTRACT

В статье рассматриваются особенности реализации рынка услуг индустрии гостеприимства с использованием инструментов и методов менеджмента качества, которые охватывают все элементы и уровни функционирования рынка гостиничных услуг, а также укрепление своих позиций на рынке туризма в полной реализации факторов инновационного развития и инновационных преимуществ. Необходимость решения ряда проблем организаций рынка гостиничных услуг, таких как обеспечение роста конкурентоспособности в борьбе с международными брендами и малыми предприятиями сферы гостеприимства, а также диверсификация и демократизация гостиничной индустрии, обусловили актуальность темы данной статьи.

*глобализация, неравенство, гостиничных услуг, конкуренция, сферы гостеприимства, инновационное развитие, глобальный рынок, рынок гостиничных услуг, индустрии гостеприимства, рынок туризма, национальная культура, традиции, гостеприимства.*

### KEYWORDS

### Kirish(Introduction/Введение)

Введение (Kirish/Introduction)

На современном этапе гостиничный бизнес как неотъемлемая часть рынка туризма занимает важное место в экономике многих не только развитых стран. Туризм, став глубоким социальным и политическим явлением, сегодня вносит существенный вклад в экономическое развитие как отдельной страны, так и в повышение качества жизни современного человека, который в условиях глобализации становится все более мобильным. Узбекистан в этом процессе не исключение - в последнее десятилетие отечественный рынок туристских услуг и, соответственно, индустрия гостеприимства развиваются быстрыми темпами. На гостиничный бизнес Узбекистана возложена ответственная роль поставлять на рынок качественный, отвечающий мировым стандартам гостиничный продукт, без которого развитие отечественной индустрии туризма в принципе невозможно.

Рынок гостиничных услуг стал активно осваиваться частным бизнесом: сформировался верхний ценовой сегмент, представленный высококлассными гостиницами, в котором уже существует реальная и достаточно острая конкуренция; строятся и реконструируются гостиницы среднего класса; осваиваются новые ниши, например ниша малых гостиниц высокого класса; предпринимаются попытки создания отечественных гостиничных цепей.

В настоящее время встает насущная проблема разработки методических рекомендаций по эффективному управлению гостиничным бизнесом, отличающихся целостностью, системностью, универсальностью и в то же время пригодных для использования в оригинальных гостиничных проектах. До последнего времени проблемы организации и управления в этой

области в большей части оказались недостаточно исследованными, а имеющиеся публикации, посвященные данной проблематике, сводятся в основном к частным рекомендациям.

Обзор литературы (Adabiyotlar tahlili / Literature review)

Рынок гостиничных услуг претерпевает значительные изменения, обусловленные инновационным экономическим развитием. Эта эволюция характеризуется интеграцией передовых технологий, инноваций в стратегическом управлении и внедрением новых моделей обслуживания для повышения конкурентоспособности и удовлетворения меняющихся потребностей потребителей. В следующих разделах изложены основные тенденции и перспективы развития рынка гостиничных услуг в этом контексте [1,2].

Внедрение интеллектуальных технологий и цифровых инструментов — ключевая тенденция, позволяющая отелям улучшить предоставление услуг и операционную эффективность. Такие инновации, как автоматизированные системы управления и инструменты цифрового маркетинга, становятся стандартом в отрасли [3,4].

Использование современных технологий, включая интернет-решения и гаджеты, необходимо для поддержания конкурентоспособности на постпандемическом рынке. Эти технологии способствуют улучшению обслуживания клиентов и повышению операционной эффективности [5,6,7].

Инновации в сфере управления имеют решающее значение для поддержания конкурентоспособности в турбулентных экономических условиях. Эффективное управление инновационной деятельностью может повысить эффективность и укрепить рыночные позиции [8,9].

Инновационные стратегии жизненно важны для стратегического управления гостиничными предприятиями, позволяя им адаптироваться к меняющимся предпочтениям гостей и отраслевым тенденциям [10,11].

Разработка инновационных гостиничных продуктов и услуг необходима для повышения удовлетворенности клиентов и операционной эффективности. Сюда входит модернизация услуг в соответствии с международными стандартами качества [12].

Инновации в сфере услуг, такие как расширенная маркетинговая деятельность и использование инструментов интернет-маркетинга, имеют решающее значение для понимания поведения потребителей и привлечения целевой аудитории [13,14].

Интеграция инновационных технологий имеет значительные экономические последствия, способствуя росту индустрии гостеприимства и экономики в целом. Сюда входят рост занятости, повышение уровня жизни и развитие инфраструктуры [15].

Конкурентная среда в индустрии гостеприимства диктует необходимость непрерывных инноваций для поддержания рыночной значимости и лояльности клиентов [16,17].

Сосредоточение внимания на инновациях открывает множество возможностей, но оно также создает такие проблемы, как необходимость постоянных инвестиций в технологии и потенциальное усиление конкуренции. Динамичный характер рынка требует от гостиничных предприятий гибкости и способности реагировать на новые тенденции и ожидания потребителей.

#### Методология (Tadqiqot usullar /Methodology)

Основу исследования составил системный подход к анализу социально-экономических процессов и явлений. В статье автором широко использованы труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам управления в социально-экономических системах, наиболее значимые работы прикладного характера специалистов в области гостиничного бизнеса, а также многочисленные материалы эмпирического характера, в том числе полученные непосредственно в ходе исследования.

#### Анализ и результаты (Tahlil va natijalar / Analysis and results)

Одним из важнейших трендов развития современной экономики является глобальная экономическая интеграция и инновационное развитие мирового рынка товаров и услуг. В последние годы в связи с активизацией процесса диверсификации услуг, всё чаще говорят не столько о конкретных видах новых услуг, сколько о представлении комплекса услуг, включающего помимо основных видов и ряд комплементарных услуг, направленных на повышение удовлетворенности потребителя за счёт предвосхищения его ожиданий.

Современное гостиничное предприятие предоставляет потребителям не только услуги проживания и питания, но и широкий спектр услуг связи, развлечений, экскурсионное обслуживание, медицинские, оздоровительные и спортивные услуги, услуги салонов красоты и пр. Фактически гостиничные предприятия в структуре индустрии туризма и гостеприимства выполняют ключевые функции, так как формируют и предлагают потребителям расширенный гостиничный продукт, в формировании и продвижении которого принимают участие все секторы и элементы индустрии туризма и гостеприимства.

Значение управления в гостиничном бизнесе на современном этапе становления отрасли велико. В методологическом плане, по нашему мнению, исключительно важным является четкое определение понятий и категорий («средство размещения», «гостиничный продукт», «гостиничная деятельность» и др.), которые используются при описании гостиничной деятельности, представляющей собой в настоящее время высокоразвитую индустрию, с учетом таких особенностей услуг, оказываемых в этой сфере, как неосвязаемость, неотделимость от источника непостоянство качества, несохраняемость и т.д. Эти услуги являются комплексными, так как они имеют многоотраслевое происхождение по виду производимого продукта и средствам материально-технического обеспечения. Гостиничные услуги имеют свою специфику и с точки зрения их потребления.

С учетом данных обстоятельств гостиничный бизнес следует рассматривать в качестве особой отрасли экономики. Не случайно, при характеристике экономической деятельности предприятий гостиничной индустрии используются особые показатели уровня

загрузки номерного фонда, средняя цена номера, выручка за один имеющийся номер, эластичность спроса и предложения по цене, рентабельности чистых активов и др. Структура функционирующего в сфере гостиничного бизнеса капитала, формы собственности, распределение издержек производства также имеют свою специфику, что требует применения специальных приемов анализа прибыльности и методов управления доходами гостиничных предприятий.

Развитие отечественного рынка гостиничных услуг и увеличение конкурентоспособности гостиничных компаний в долгосрочной перспективе являются актуальными задачами экономики, поскольку развитие рынка гостиничных услуг стимулирует экономический рост: вносит вклад в создание рабочих мест, содействует развитию торговли и улучшает привлекательность страны для инвесторов. В Узбекистане совершенствование современной инфраструктуры рынка гостиничных услуг признано одним из приоритетных направлений экономики. Объем выручки гостиничного рынка в Узбекистане в 2022 составлял менее 0,1% ВВП. В целом по Узбекистану рост гостиничного бизнеса в 2022 году составил 11%. 2023 год стал годом открытия отелей преимущественно четырех и пяти звезд. Среднегодовая загрузка составила 65-70% в крупных городах и 55-60% в регионах Узбекистана. За последние пять лет лидером спроса по-прежнему остаются гостиницы категории «три звезды».

Одной из характерных особенностей рынка гостиничных услуг в последнее время является концентрация производства путем укрупнения отдельных производственных единиц и централизация его в результате объединения большого числа предприятий в рамках мощных гостиничных корпораций. В результате гостиничный бизнес трансформировался из индустрии малых предприятий, находящихся в частном владении и управляющихся на независимой основе, в современную индустрию с разнообразными видами собственности и способами управления.

Благодаря современным формам управления, таким как франчайзинг и управление по контракту, и комбинированию этих форм, гостиничные компании смогли снизить риски при выходе на рынок, более целенаправленно распоряжаться своими финансовыми ресурсами, минимизировать текущие издержки, проводить более эффективную ценовую и рекламную политику. Новые информационные технологии и современные средства коммуникаций позволили в корне изменить способ ведения гостиничного бизнеса. С появлением сверхзвуковых самолетов, факсов и телексов, компьютерных сетей, спутникового телевидения и прочих технических новшеств гостиничные компании значительно расширили географические рамки своих операций. В результате развитие современного гостиничного дела характеризуется ростом удельного веса и роли в нем международного бизнеса.

Для каждой отрасли сферы услуг в туризме целесообразно использовать линейную и иерархическую многофакторную эконометрическую модель с учетом ее ситуации и критериев оценки. Для построения и анализа эконометрической модели между сферами услуг в гостиницах и факторами, влияющими на них, целесообразно использовать метод наименьших квадратов, а ее линейная многофакторная эконометрическая модель имеет следующий вид:

$$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n \quad (1)$$

Здесь:  $y$  – результирующий коэффициент;  $x_1, x_2, \dots, x_n$  – влияющие факторы.

Для нахождения неизвестных параметров  $a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$  в данной модели разрабатывается следующая система нормальных уравнений, которая будет иметь следующий вид:

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum x_1 + a_2 \sum x_2 + \dots + a_n \sum x_n = \sum y \\ a_0 \sum x_1 + a_1 \sum x_1^2 + a_2 \sum x_1x_2 + \dots + a_n \sum x_nx_1 = \sum yx_1 \\ \dots \\ a_0 \sum x_n + a_1 \sum x_1x_n + a_2 \sum x_2x_n + \dots + a_n \sum x_n^2 = \sum yx_n \end{cases}$$

Уровневая многофакторная эконометрическая модель выглядит следующим образом:

$$Y = a_0 * x_1^{a_1} * x_2^{a_2} * \dots * x_n^{a_n} \quad (2)$$

Здесь:  $y$  – результирующий фактор;  $x_1, x_2, \dots, x_n$  – можно отметить влияющие факторы.

Если мы сможем преобразовать вышеупомянутую модель натуральным логарифмом, то мы примем следующую логарифмическую модель.

$$\ln(y) = \ln(a_0) + a_1 \ln(x_1) + a_2 \ln(x_2) + \dots + a_n \ln(x_n) \quad (3)$$

В данной модели, если внести обозначения,  $\ln(y) = y'$ ,  $\ln(a_0) = a'_0$ ,  $\ln(x_1) = x'_1$ ,  $\ln(x_2) = x'_2, \dots, \ln(x_n) = x'_n$  то можно будет иметь следующий вид:

$$y' = a'_0 + a_1 x'_1 + a_2 x'_2 + \dots + a_n x'_n \quad (4)$$

Для нахождения неизвестных  $a'_0, a'_1, \dots, a'_n$  параметров в модели создается следующая система нормальных уравнений:

$$\begin{cases} n a'_0 + a'_1 \sum x'_1 + a'_2 \sum x'_2 + \dots + a'_n \sum x'_n = \sum y' \\ a'_0 \sum x'_1 + a'_1 \sum x'^2_1 + a'_2 \sum x'_1 x'_2 + \dots + a'_n \sum x'_1 x'_n = \sum x'_1 y' \\ \dots \\ a'_0 \sum x'_n + a'_1 \sum x'_n x'_1 + a'_2 \sum x'_n x'_2 + \dots + a'_n \sum x'^2_n = \sum x'_n y' \end{cases}$$

Если эту систему нормальных уравнений аналитически решить несколькими методами математики, то находятся значения неизвестных параметров  $a'_0, a'_1, \dots, a'_n$

Чтобы иметь многофакторные эмпирические модели процессов, в Eviews 9 рассчитываются несколько вариантов и получаются соответствующие результаты.

Разнообразие сферы гостиничных услуг, особенности складывающихся в ней отношений привлекают внимание отечественных специалистов в области экономики и управления гостиничным хозяйством. Рыночные отношения в сфере гостиничных услуг, обладая общими чертами, имеют особенные характеристики, присущие тому или иному сегменту рынка

## References:

- Черникова, Л. И., & Харитоновна, Т. В. (2015). Исследование проблем и перспектив развития рынка гостиничных услуг города Москвы в современных экономических условиях. *Финансовая аналитика: проблемы и решения*, (27 (261)), 11-19.
- Khamdamov, S. J. (2024). The Effect of Labor Market Reforms on Economic Growth in Uzbekistan. *American Journal of Corporate Management*, 1(2), 7-12.
- Shoh-Jakhon, K. (2023). Theoretical and Methodological Aspects of Intensive Economic Growth in Ensuring Sustainable Economic Development. *Social and Economic Studies within the Framework of Emerging Global Developments Volume 3*, 283.
- Khamdamov, S. J., & Usmanov, A. (2022). New methodological recommendations for economic growth. *Архив научных исследований*, 2(1).
- Хамдамов, Ш. Ж. (2022). БАҚҚАРОП ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШНИНГ НАЗАРИЙ ЖИҲАТЛАРИ. *Iqtisodiyot va ta'lim*, 23(Maxsus\_son), 19-24.
- Mamadiyrov, Z., Sultanova, N., Makhmudov, S., Khamdamov, S. J., Mirpulatova, L., & Jumayev, A. (2023, December). The Impact of Digitalization on Microfinance Services in Uzbekistan. In *Proceedings of the 7th International Conference on Future Networks and Distributed Systems* (pp. 453-463).
- Хамдамов, Ш. Ж. (2021). ЎЗБЕКИСТОНДА ИНТЕНСИВ ИҚТИСОДИЙ ЎСИШ ОМИЛЛАРИНИНГ ЎЗАРО САЛМОҒИНИ АНИҚЛАШ. *Iqtisodiyot va ta'lim*, (5), 84-88.
- Горюшкина, Н. Е. (2021). К вопросу о диверсификации гостиничных услуг в условиях пандемии коронавируса. In *Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты* (pp. 52-55).
- Jakhon, K. S. (2021). Analysis of factors of intensive economic growth in Uzbekistan. *JournalNX*, 7(12), 310-315.
- Khamdamov, S. J. (2024). THE IMPACT OF CENTRAL BANK POLICIES AND DIGITALIZATION ON GDP GROWTH IN UZBEKISTAN. *Страховой рынок Узбекистана*, 1(6), 7-10.
- Saidmakhmudovich, U. A., Khamdamov, S. J., & Eshonovich, S. A. (2023). PROBLEMS OF ENSURING SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS IN UZBEKISTAN. *British Journal of Global Ecology and Sustainable Development*, 16, 106-110.
- Сердюкова, Н., Сердюков, Д., & Филипенкова, О. (2021). Анализ туристского и гостиничного рынка Сочи и трендов потребительского поведения в условиях новой реальности. *Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм*, (4 (12)), 4-13.
- Khamdamov, S. J. R., Usmanov, A. S., Sayfullayev, S. N., Xamitova, M. S., & Adkhamjonov, S. B. (2024). The Influence of the Main Rate of the Central Bank on GDP Growth in Uzbekistan and the Transition to International Financial Reporting. In *Development of International Entrepreneurship Based on Corporate Accounting and Reporting According to IFRS* (Vol. 33, pp. 107-112). Emerald Publishing Limited.
- Muftaydinova, S. K., Chuprynin, V. D., Fayzullin, L. Z., Buralkina, N. A., Muminova, Z. A., Asaturova, A. V., ... & Abdullayev, S. I. (2022, December). Expression of the tyrosine kinase receptor (EPHA1) in the eutopic and ectopic endometrium of patients with deep infiltrative endometriosis use of modern digital technologies. In *Proceedings of the 6th International Conference on Future Networks & Distributed Systems* (pp. 416-421).

туристических услуг. Кроме того, в исследовании рынка гостиничных услуг большую практическую значимость приобретают региональные особенности формирования и тенденции развития этого рынка.

Заключение (Xulosla / Conclusion).

Сравнительные оценки показывают наличие на рынке существенно больших возможностей для открытия новой гостиницы и даже цепи гостиниц:

во-первых, здесь существует устойчивый спрос на гостиничные услуги во всех ценовых сегментах;

во-вторых, в Узбекистане оплата персонала значительно ниже, чем в экономически развитых странах, а уровень цен на гостиничные услуги - соизмерим, что способствует фиксации более высоких прибылей;

в-третьих, на рынке Узбекистана для нового бизнеса открыты практически все ниши, а творческий подход к формированию концепции может позволить открыть новые (ниша малых высокочеловеческих гостиниц);

Решение относительно концепции гостиницы на рынке может быть многовариантным, а основная цель, преследуемая при ее разработке - обеспечение дифференциации бизнеса. Однозначных рекомендаций относительно разработки стратегии гостиницы не существует - конкретное решение большей частью зависит от творческого потенциала основателей данного гостиничного бизнеса. Тем не менее при разработке концепции следует акцентировать внимание на:

- Качественное обслуживание, вызывающие удовлетворение клиента, - это главный фактор, обеспечивающий его лояльность;

- Необычность интерьера гостиницы, стиля обслуживания, а также общей атмосферы должны сделать гостиницу особенной и неповторимой;

- продуманной ценовой политике, так как, например, политика скидок, преследующая привлечение и удержание клиентуры, может существенно осложнить финансовое положение, равно как и отказ от них;

- акценте на практической стороне дела. В конечном итоге успех гостиничного бизнеса определяется финансовыми показателями.

15. Akramova, D. (2021). Aspects of the vegetative disorders occurrence in the Parkinson's disease and Vascular Parkinsonism. *Journal of the Neurological Sciences*, 429.
16. Ковальчук, А. П., & Кульгачёв, И. П. (2017). Направления развития предприятий индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях в России. In *Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства и туризма* (pp. 94-97).
17. Khamdamov, S. J. (2024). Energy Sector Development and its Contribution to Uzbekistan's Economic Expansion. *American Journal of Corporate Management*, 1(2), 1-6.
18. Агамирова, Е. В., & Агамирова, Е. В. (2016). Особенности функционирования рынка туристских и гостиничных услуг в современных условиях экономического развития России. *Сервис в России и за рубежом*, 10(3 (64)), 171-183.