

АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Икрамов Акбар Фарход угли

Научный исследователь

Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация

В статье рассматриваются современные тенденции развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане. Проведен анализ динамики изменения гостиничного фонда страны, представлена структура гостиниц по категориям и видам размещения. Выявлены ключевые проблемы и перспективы отрасли с учетом мировых трендов и стратегических задач развития туризма в республике. Сформулированы предложения по повышению качества гостиничных услуг и конкурентоспособности гостиничного бизнеса Узбекистана в условиях глобализации и цифровизации.

Ключевые слова: гостиничные услуги, рынок, туризм, Узбекистан, качество обслуживания, классификация гостиниц.

Annotatsiya

Maqolada O'zbekistonda mehmonxona xizmatlari bozorining rivojlanishidagi zamonaviy tendensiyalar ko'rib chiqilgan. Mamlakat mehmonxona fondining o'zgarish dinamikasi tahlil qilingan, mehmonxonalar toifalari va joylashtirish turlariga ko'ra tuzilishi keltirilgan. Jahon tendensiyalari va respublikada turizmni rivojlantirishning strategik vazifalari asosida sohaning asosiy muammolari va istiqbollari aniqlangan. Mehmonxona xizmatlari sifati va O'zbekiston mehmonxonalar biznesining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: mehmonxona xizmatlari, bozor, turizm, O'zbekiston, xizmat sifati, mehmonxonalarni tasniflash.

Abstract

This article examines the current trends in the development of the hotel services market in Uzbekistan. It analyzes the dynamics of changes in the country's hotel stock and presents the structure of hotels by category and type of accommodation. Key issues and prospects of the sector are identified, taking into account global trends and the strategic goals for tourism development in the republic. Proposals are formulated to improve the quality of hotel services and the competitiveness of Uzbekistan's hotel business in the context of globalization and digitalization.

Keywords: hotel services, market, tourism, Uzbekistan, service quality, hotel classification.

ВВЕДЕНИЕ

Современный гостиничный бизнес представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся сфер мировой экономики, которая оказывает мультипликативное воздействие на развитие туризма, транспорта, торговли, сферы услуг и других отраслей. Для стран с высоким туристическим

потенциалом, таких как Республика Узбекистан, эффективное развитие гостиничного рынка становится важным фактором устойчивого экономического роста, создания новых рабочих мест и привлечения инвестиций.

В последние годы в Узбекистане наблюдается значительное увеличение числа иностранных туристов, чему способствовали реформы в туристической отрасли, упрощение визового режима, активное участие в международных туристических выставках и продвижение культурного наследия страны. Согласно данным Государственного комитета по развитию туризма, только за последние пять лет количество туристов, посещающих Узбекистан, увеличилось более чем в два раза [1]. В этой связи возрастает потребность в модернизации гостиничного фонда, расширении спектра предоставляемых услуг, улучшении качества обслуживания и внедрении современных стандартов управления.

Актуальность темы исследования обусловлена рядом факторов. Во-первых, гостиничная индустрия в Узбекистане характеризуется высокой степенью фрагментации и разнородностью предоставляемых услуг, что создает проблемы в обеспечении единого уровня качества. Во-вторых, большая часть гостиничного фонда всё еще не соответствует требованиям современных туристов, особенно иностранных гостей, что негативно сказывается на имидже страны и конкурентоспособности туристического продукта на международном рынке. В-третьих, цифровизация гостиничного сервиса и внедрение инновационных технологий остаются на низком уровне, что ограничивает возможности гостиниц в сфере маркетинга, бронирования и взаимодействия с клиентами.

Кроме того, в условиях глобальной конкуренции и постпандемического восстановления туристического рынка наблюдается усиление требований к гибкости гостиничных услуг, адаптации к новым трендам в поведении потребителей, включая запросы на экологичность, безопасность, индивидуализацию сервиса и цифровой комфорт. Эти вызовы требуют проведения глубокого анализа текущего состояния гостиничного рынка Узбекистана, выявления ключевых проблем и точек роста, что позволит повысить его привлекательность для туристов и инвесторов.

Целью настоящего исследования является всесторонний анализ состояния и тенденций развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане с учетом мировых трендов и национальных особенностей, а также выработка практических рекомендаций по совершенствованию качества гостиничного сервиса и повышению конкурентоспособности отечественных гостиниц.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Среди наиболее часто называемых в зарубежной научной литературе авторов, раскрывающих различные аспекты туристских услуг: Браймер Р., Быстров С.А., Волков Ю.Ф., Дорошенко Т.Т., Дурович, А.П., Кабушкин Н.И., Косолапов А.П., Котлер Ф., Кусков А.С., Мейкенз Дж., Папирян Г.А., Рендер Г., Сорокина А.В., Уокер Дж., Филипповский Е.Е., Хаксевер К., Черникова Л.И., Чудновский А.Д. и др., рассмотревшие аспекты маркетинга и менеджмента в гостиничном бизнесе, особенности технологии гостиничных услуг, макро- и

микро-экономические и теоретические организационные аспекты, а также ряд методических проблем прогнозирования, изучения спроса на гостиничные услуги и т.д [2].

Изучению этих проблем посвящены научные труды ученых нашей страны, в частности М.К. Пардаева, И.С. Тухлиева, М.М. Мухаммедова, Б.Н. Наврузова, А.М. Абдувахидова, Д.Х. Аслановой, М.Т.Алиевой, О.Х.Хамидова, А.А.Эштаева, Б.Ш.Сафарова, М.Т.Алимовой, Р.С.Амриддиновой, А.Н.Холикулова и других [3].

МЕТОДОЛОГИЯ

В настоящем исследовании для анализа текущего состояния и перспектив развития гостиничного рынка Узбекистана применен комплексный подход, включающий как количественные, так и качественные методы. В качестве теоретической базы использованы труды отечественных и зарубежных ученых в области гостиничного менеджмента, маркетинга услуг, развития туризма и стратегического управления в индустрии гостеприимства.

Эмпирическую основу составили официальные статистические данные Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма, Государственного комитета по статистике, материалы Министерства культуры и туризма Узбекистана, а также отчеты международных организаций, таких как Всемирная туристская организация (UNWTO) и Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) [4]. Для систематизации информации применялись методы аналитической и статистической группировки, сравнительного анализа и динамических рядов. Данные были проанализированы с использованием табличного и графического представления для наглядного отображения изменений в структуре гостиничного фонда и динамике туристических показателей. Кроме того, в исследовании использовались методы экспертной оценки для выявления актуальных проблем и перспектив развития гостиничного бизнеса в Узбекистане [5]. Были изучены публикации, посвященные мировым трендам в гостиничной индустрии, что позволило сопоставить их с национальными особенностями развития отрасли. Такой подход обеспечил комплексное понимание состояния гостиничного рынка, выявление его сильных и слабых сторон, а также формирование практических рекомендаций по повышению качества гостиничного сервиса и конкурентоспособности гостиничного бизнеса в стране.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате новых реформ, реализуемых в нашей стране, туристическая отрасль выводится в статус стратегической отрасли государства, закладывается основа для строительства и ввода в эксплуатацию объектов размещения, соответствующих большинству мировых стандартов, открытия новых туристических направлений. По данным BusinesStat, в 2019-2023 гг объем туристического рынка Узбекистана вырос на 8,4%: с 29,9 до 32,4 млн поездок.

Падение числа туристических поездок в 2020 г на фоне пандемии было полностью компенсировано ростом рынка в 2021-2023 гг. Восстановлению и росту рынка туризма в Узбекистане выше доковидных показателей способствовали активное увеличение численности внутренних туристических поездок по Узбекистану в 2021 г и 2023 г и возобновление въездных и выездных поездок с целью посещения родственников в 2022 г [6].

В 2021 г в условиях ограничений на международные поездки была усилена работа по развитию внутреннего туризма в Узбекистане: были сформированы специальные предложения, разработаны новые туристские продукты и маршруты, организована рекламная кампания, предоставлялись скидки на внутренние путешествия. В 2023 г стимулом к росту числа внутренних поездок стала запущенная программа кешбэка на путешествия граждан Узбекистана внутри страны [7].

В 2022 г основной прирост числа туристических поездок был обеспечен возобновлением международных поездок. В соседних с Узбекистаном странах (Таджикистане, Киргизии и Казахстане) проживают большие узбекские диаспоры, что создает благоприятные условия для трансграничного туризма с целью посещения родственников. После снятия ковидных ограничений число таких поездок увеличилось в 2,7 раза к уровню 2021 г.

Одновременно с ростом туристских потоков поступательно рос и развивался рынок гостиничных услуг, который справедливо считают основным компонентом туристской инфраструктуры. По оценкам BusinessStat, за 2022-2023 гг объем рынка гостиничных услуг в Узбекистане вырос почти в 2 раза: с 2,6 до 4,8 млн ночевок. Рост рынка обеспечивается возросшим спросом на средства размещения у иностранных гостей. Страна привлекает туристов своей уникальной культурой, историческими памятниками и достопримечательностями, относительно низким уровнем цен [8].

В 2023 г доля постояльцев из стран СНГ и дальнего зарубежья в гостиницах Узбекистана достигла 47% от всех размещенных лиц. Среди них стремительно росло число российских туристов. Столкнувшись с трудностями при организации международных путешествий в европейском направлении, россияне устремились в азиатские страны, в том числе Узбекистан. За 2022-2023 гг количество граждан России, посетивших страну, выросло в 3,7 раза.

Господдержка отрасли, направленная на строительство и модернизацию современной гостиничной инфраструктуры, поддержку туроператоров, стимулирование въездного и внутреннего туризма также способствует развитию рынка гостиничных услуг в Узбекистане.

Со временем конкуренция между гостиничными предприятиями обострялась, что заставляло гостиницы повышать эффективность работы, внедрять новые технологии и методы инноваций, улучшать уровень обслуживания посетителей, повышать квалификацию сотрудников предприятия, в том числе и за счет диверсификации [9].

Средства размещения делятся на категории по целевому назначению, местоположению и расположению, времени работы, уровню оснащенности техническими средствами, состоянию материальной базы и номерному фонду, вместимости, уровню сервиса и качеству предоставляемых услуг, категории посетителей.

По функциональному назначению средства размещения делятся на транзитные и целевые. Транзитные средства размещения предназначены для обслуживания посетителей в условиях кратковременной остановки в пути. Под целевыми средствами размещения можно понимать специализированные по определенным направлениям средства размещения. Например, можно назвать фешенебельные, звездные средства размещения в столице, крупных или туристических городах или санаторно-курортные средства размещения в предгорных и прибрежных районах, а также небольшие семейные гостевые дома, которые можно встретить во всех регионах. При этом средства размещения делятся на такие типы, как городские, пригородные, сельские, горные, лесные, прибрежные.

В туризме, естественно, понимать определенный сезон. Поэтому по времени работы средства размещения можно разделить на следующие: работающие круглый год; сезонные; работающие по выходным; работающие в определенное время (работающие круглосуточно, круглосуточно или ограниченно). Важнейшим фактором в гостиничном хозяйстве является, конечно же, номерной фонд. Номерной фонд средств размещения можно разделить на следующие типы: большие (более 200 номеров); средние (от 51 до 200 номеров); малые (от 16 до 50 номеров); мини (до 15 номеров). В Республике Узбекистан категории средств размещения обозначаются звездой (звездами) и классифицируются на пять категорий.

Высшая категория — пять звезд, низшая — одна звезда. Почему не только гостиницы, но и категории средств размещения обозначаются звездами, потому что категория звезд предусмотрена для средств размещения в рамках требований Национального стандарта Узбекистана «Услуги в сфере туризма. Средства размещения. Система балльной классификации». Государственный стандарт UzMSt 125:2024. Согласно этому стандарту, звездность могут получить не только гостиницы, но и санатории и другие средства размещения. В таблице 1 ниже мы

видим, что на сегодняшний день в нашей стране функционирует 6153 средств размещения туристов [10].

Таблица 1

**Показатели развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане
(по состоянию на 01.01.2025 г.)¹**

Показатели	Количество средств размещения, единиц	Количество номеров, единиц	Количество мест, единиц
Гостиницы и аналогичные средства размещения	6153	70 522	161 398
Гостиница	1 098	35 341	68 990
Хостелы	918	10 606	31 539
Пансионат (гостиничного типа)	81	5 024	10 324
Гостевой дом	3 752	12 729	33 496
Другие виды индивидуальных средств размещения	304	6 822	17 049

Конечно, в наших крупных городах мы можем видеть большое количество гостиничных услуг звездного класса. Сегодня спрос на средства размещения, предоставляющие услуги звездного класса, растет среди иностранных и отечественных туристов. С ежегодным ростом числа туристов, приезжающих в нашу страну, увеличивается доля пользователей гостиниц звездного класса и известных и престижных гостиничных брендов в мире. В таблице 2 ниже мы можем увидеть динамику развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане.

На деятельность гостиниц в первую очередь влияет уровень их загрузки, а это важнейший показатель работы гостиницы, определяющий ее рентабельность. В настоящее время наблюдается снижение этого коэффициента. Такая ситуация свидетельствует о том, что предложение гостиничных услуг в целом значительно превышает спрос на них из-за быстрого строительства новых гостиниц.

Таблица 2

Динамика развития рынка гостиничных услуг в Узбекистане²

Показатели		2016	2019	2019/2015 %	2024	2019/2024 %
Гостиницы и аналогичные средства размещения	Количество средств размещения, единиц	615	2 163	351,7	6 153	284,5
	Количество номеров, единиц	16 445	33 388	203,0	70 522	211,2
	Количество мест, единиц	31 950	71 979	225,2	161 398	224,2

¹ Разработана автором.

² Разработана автором

Средняя загрузки гостиницы составляет около 60%, что является практически пределом рентабельности. Естественно, уровень загрузки варьируется: выше в сезон, ниже в межсезонье; по субботам и воскресеньям меньше, чем в будни, по праздникам больше, чем в обычные дни, и так далее. Мы считаем, что каждая гостиница имеет разные сезонные изменения коэффициента загрузки и руководство гостиницы должно разработать соответствующие меры, чтобы сбалансировать эти изменения коэффициента.

Если рассматривать цели поездки лиц, проживающих в гостиницах и аналогичных средствах размещения, то наибольшая доля приходится на деловые и профессиональные цели -41,3%, с целью отдыха, оздоровления и лечебных процедур -39,7%, посещение друзей и родственников, другие личные цели - 14,1%, с целью обучения и профессиональной подготовки, транзита и посещения магазинов только -2,3%, с целью непосредственно паломничества 2,6%.

Подтверждением уровня качества гостиничных услуг, показателем класса и уровня сервиса гостиницы является присвоенная категория. В настоящее время отсутствует механизм обязательной классификации гостиниц, который необходимо ввести. В этой связи, в Узбекистане по категориям гостиницы распределены следующим образом: 5 звёздочные – 6 единиц или 1%; 4 звёздочные – 19 единиц или 2 %; 3 звёздочных – 85 единиц или 9%; 2– 40 единиц или 4%; 1 звёздочных 238 единиц или 24%; без категорий – 576 или 59%.

Система классификации гостиниц и иных средств размещения способствует:

- соблюдению современных стандартов обслуживания и повышению качества услуг, предоставляемых в гостиницах и иных средствах размещения;
- согласование требований российской и зарубежной практик гостиничного бизнеса;
- дифференциация гостиниц и отелей позволяет определиться туристу с ассортиментом и качеством предоставляемых услуг.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Введение обязательной системы классификации средств размещения станет важным шагом на пути улучшения качества обслуживания гостиничного сервиса. Говоря об основных направлениях развития гостиничного сектора, следует отметить, что мировой опыт свидетельствует об эффективности инвестиций в гостиничные цепи, а не в отдельные гостиничные хозяйства. В мировой практике существуют два основных вида гостиничных цепей: интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и гостиничный консорциум, который объединяет независимые отели. Привлечение на региональный рынок интегрированных и франчайзинговых гостиничных цепей позволит повысить уровень развития гостиничного сектора. Причем, на наш взгляд, целесообразно развивать одно, двух, и трехзвёздочные гостиничные цепи – тем более что такой опыт достаточно распространен и эффективен в мировой

практике (например, во Франции система франчайзинга развивается в одно- и двухзвездном гостиничном секторе).

Современные тренды в развитии гостиничных услуг в мире, которые являются значимыми факторами в развитии рынка гостиничных услуг в Узбекистане:

1. Цифровизация. Тенденция к цифровым и бесконтактным услугам набрала новый импульс в 2020 году. Услуги, ориентированные на клиентов, подвергаются реформированию на основе новых технических возможностей: мобильная регистрация, бесконтактные платежи, голосовое управление, биометрия.

2. Персонализация, ориентация на определённый тип гостей. Потребители, открывающие свои смартфоны и ноутбуки с помощью распознавания лиц и отпечатков пальцев, ожидают такого же удобства при доступе к своим гостиничным номерам. Персонализированные номера со смарт-технологиями: «умными» коврами, говорящими зеркалами, кроватями, шлемы виртуальной реальности и др – это их потребности к современным гостиничным услугам.

3. Одиночные путешественники. Сегодня стало характерным для путешествующих желание проводить время в одиночестве. С целью повышения комфорта одиноких гостей в отелях стараются уменьшать барьеры между персоналом отеля и гостями созданием неформальной обстановки, выбором дизайна интерьера приближённым к домашнему уюту.

4. Виртуальная реальность. Если ограниченные во времени путешественники могут избегать общения, то другие будут только приветствовать его даже в виртуальной форме. Люди, привыкшие к цифровым ассистентам и чат-ботам, заинтересованы в виртуальных товарищах, которые могут развлекать, обучать и дружить (смарт-зеркала). Сегодня цифровые ассистенты в отелях могут оказывать поддержку check-in, предоставлять полезную информацию о досуге и связывать гостей с родными и близкими в пару кликов.

5. Автоматизация и технологии техника позволяет: вход в номер без ключа, телевизор-зеркало, смарт-зеркала, консьерж по SMS, умные термостаты, потоковое видео и аудио, умное освещение, док-станции, высокоскоростной интернет, светочувствительные сенсоры, роботы -ресепшионисты, консьержи, дворецкие, посыльные, пылесосы и др.

Таким образом, создание современной индустрии туризма невозможно без предприятий гостиничного хозяйства, которые занимают важное место в этой сфере деятельности.

Современные тенденции гостиничной индустрии предполагает индивидуализацию оказываемых услуг, предугадывание желаний потребителя с предоставлением комфорта, как уединения в природу, одиночества, медитации, создания приятных сновидений, так и шумных фестивалей, конференций, праздников, виртуальных познаний, условий общения с исключением забот о платежах, о транспорте, еде и т.п., так как всё желательно должно быть предусмотрено и уготовано организаторами услуг на основе современных умных

технологий. Учитывающие современные тенденции развития на рынке гостиничных услуг обеспечат жизнеспособность своей гостиницы в жёсткой конкурентной среде.

В ближайшее время в Узбекистане самыми востребованными будут отели классов стандарт и комфорт, рассчитанные на постояльцев со средним уровнем дохода, а также следующие типы средств размещения: отели-пансионаты; отели с медицинскими услугами; гостиницы с конференц-залами; апартаменты; хостелы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: Март, 2025. –346 с.
2. Анализ рынка гостиничных услуг Узбекистана в 2019-2023 гг., прогноз на 2024-2028 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://businessstat.ru>.
3. Бодров А.В. Повышение эффективности системы управления инвестициями в гостиничном и туристском комплексе Москвы // Российское предпринимательство. –2012. –№7, вып.1(114). –С.155-159.
4. Гаврильчак И.Н., Шарафанова Е.Е., Терентьева Ю.Г. Некоторые проблемы развития гостиничного хозяйства Санкт-Петербурга // Российское предпринимательство. –2011. –№12 (84). –С.97-100.
5. Абдувоҳидов А.М., Баходиров М. Туризм ривожланишининг таҳлили ва прогнози. /Жаҳон иқтисодиёти глобализацияси шароитида туризм индустрияси ривожланишининг устувор йўналишлари. Халқаро илмий амалий анжуман мақолалар тўплами. – Тошкент, ТДИУ, 2021. – 286-290 б.
6. Қишлоқ хўжалиги тўрмоғини замонавий ахборот технологиялари орқали рақамлаштириш ва инновацияларни жадаллаштириш истиқболлари. /Қўқон университети хабарномаси илмий-электрон журнали. – Қўқон. Қўқон университети, 2023. – 26-30 б.
7. Федоров Р.Г., Кошелева Е.А. О развитии гостиничных услуг в регионах с низкой туристской привлекательностью // Российское предпринимательство. – 2013. –№6 (228). –С.127-132.
8. Забержинский Б.Э., Карева Н.В. Внедрение Гостиничная индустрия: ее роль в развитии экономики, основные проблемы и пути их решения // Экономика, предпринимательство и право. —2016. —6(1). —с. 99-110. — doi: 10.18334/epp.6.1.352429.
9. Non-equity modes of international production and development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unctad-docs.org/files/UNCTAD-WIR2012-Chapter-IVen.pdf>.
10. Onofre Cunill The Growth Strategies of Hotel Chains: Best Business Practices by Leading Companies [Электронный ресурс] / OnofreMartorell Cunill. –Режим доступа:



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, iyun, 6-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710. GOCT 7.56-2002** " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**