UZBEKISTAN

Оценка текущего состояния спроса на услуги гостиничного сервиса в Республике Узбекистан и прогноз на 2021-2025 гг.

Введение

Данное изучение проведено Государственном комитетом Республики Узбекистан по развитию туризма, Ассоциацией отельеров и экспертами сферы гостиничного бизнеса.

Целью изучения является оценка потенциала гостиничного рынка в Республике Узбекистан и определение перспективы его дальнейшего развития на 2021-2025 годы.

В ходе исследования проведен сбор и анализ официальных данных государственных учреждений, данные автоматизированной специализированной системы учета постояльцев средств размещения, , проведены фокус-группы экспертов в сфере гостиничного бизнеса и опрос среди представителей гостиничного бизнеса, иностранных и внутренних туристов.

Данный доклад подготовлен в качестве информации и ориентира для инвесторов, предпринимателей, интересующихся входом в гостиничный рынок Узбекистана, а также аналитического обзора для представителей соответствующих академических кругов.

Для дополнительной информации или же предоставления предложений и рекомендаций можно обращаться в Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма
телефон: 998 71 245-28-90, e-mail: info@uzbektourism.uz

Основные результаты и выводы исследования

Результаты изучения позволили сделать следующие основные выводы и заключения.

1. Узбекистан имеет огромный туристско-рекреационный потенциал. Наряду с традиционно развитым – культурно-историческим видом туризма за последние годы развивается такие виды, как экологический, паломнический и другие виды туризма.

2. Сфере туризма придается стратегическое значение в национальной экономике. Так, за последние 3 года разработаны и приняты около 60 нормативно-правовых актов, направленных на совершенствование институциональных основ, развитие инфраструктуры в сфере туризма, создание благоприятной среды для путешествий.

3. Принимаемые меры по поддержке развития сферы туризма, способствовало резкому росту потока иностранных туристов, которое за последние 3 года (в 2017-2019 гг.) выросла в 3 раза.

4. Впервые была принята программа развития внутреннего туризма «Узбекистон буйлаб саёхат кил!», по которому ежегодно организовываются более 14 млн поездок.

5. С ростом количества посещающих туристов, также наблюдается рост количества средств размещения и номерного фонда. Особенно отмечается стремительный рост количества семейных гостевых домов. Однако, на сегодняшний день, основная часть средств размещения приходится на гостиницы.

6. Наиболее популярным видом средств размещения является гостиницы. В частности, 75,3% от общей продолжительности пребывания в средствах размещения приходится на гостиницы, аналогично 82,5% посетителей предпочитают останавливаться в гостиницах.

7. Вместе с тем, темпы роста количества средств размещения, а также дней проживания несколько отстает от темпов роста потока туристов. Данное обстоятельство объясняется с высокой стоимостью входа в гостиничный рынок и следственно более низкими темпами роста строительства средств размещения. Это в свою очередь, объясняет нехватку и высокую загрузку (более 84% в 2019 г.) средств размещения.

8. Отмечается высокая стоимость входа на рынок по расходам на строительно-монтажные работы и строительство гостиниц. Различно оценивается предпринимателями стоимость фондирования проекта. Относительно приемлемым оценена стоимость сертификации.

9. Крупнейшими пользователями средств размещения являются граждане России. Также основными гостями средств размещения Узбекистана являются посетители из Казахстана, Китая, Франции, Германии, Италии, Японии, Турции, Испании, Афганистана, Кореи, Таджикистана, Великобритании, Индии, США, которые в совокупности составляют 77% от общего количества иностранных постояльцев.

10. Больше всего услугами средств размещения пользуются граждане Испании. К категории туристов, наиболее часто пользующиеся услугами средств размещения, входят также граждане Франции, Италии, Бельгии, Швейцарии, Дании, Австрии, Австралии, Германии, Великобритании, Нидерланды, Новой Зеландии, Японии, Норвегии, Малайзии.

11. Анализ цен на гостиничные номера по республике показывает значительную разницу стоимости проживания в различных регионах. Существенная разница между регионами наблюдается и в длительности периода окупаемости стоимости гостиничного хозяйства. В свою очередь, в отдельных случаях, период окупаемости также разнится в зависимости от объема номерного фонда.

12. Сохранение роста потока туристов, а также продолжительности их пребывания (количества дней проживания в средствах размещения) также будут способствовать росту количества средств размещения и соответственно номерного фонда. В частности, к 2025 году прогнозируется увеличение количества средств размещения в 2,5 раза.

13. Стимулирование и поддержка увеличения количества гостиниц является одним из самых актуальных задач, стоящих перед туристической сферой на ближайшую перспективу и в этих целях предусмотрено ряд льгот и преференций для субъектов гостиничного рынка.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Общая характеристика рынка туризма и гостиничных услуг в Узбекистане
1.1. Туристский потенциал и принимаемые меры в сфере туризма в Узбекистане
1.2. Обзор въездного туризма в Узбекистан
1.3. Обзор внутреннего туризма

II. Анализ рынка гостиничных услуг в Узбекистане
2.1. Общий обзор гостиничного бизнеса в Узбекистане
2.2. Определение целевой аудитории на услуги гостиничного сервиса

III. Анализ спроса на услуги гостиничного сервиса в Узбекистане
3.1. Анализ спроса за последние 5 лет – 2015-2019 годы
3.2. Проживание в средствах размещения
3.3. Прогноз спроса на 5 лет – 2021-2025 годы

IV. Анализ оказания услуг гостиничного сервиса в Узбекистане
4.1. Анализ изменений предложений за последние 5 лет – 2015-2019 годы
4.2. Прогноз предложений услуг гостиничного бизнеса на 5 лет – 2021-2025 годы

V. Анализ стоимости организации гостиничного бизнеса и меры господдержки в Узбекистане
5.1. Анализ стоимости организации гостиничного бизнеса, операционных расходов гостиницы, финансовой деятельности и рентабельность в гостиничном бизнесе
5.2. Обзор государственной поддержки развития туризма и гостиничного бизнеса в Узбекистане
5.3. Описание стратегии развития туризма в Узбекистане

Приложение № 1. Инструкция по открытию средств размещения
Приложение № 2. Льготы и преференции для средств размещения

ДИАГРАММЫ И ТАБЛИЦЫ:

Диаграмма 1.1. Количество туристов, прибывших в Узбекистан в 2017-2019 гг.
Диаграмма 1.2. Количество прибывающих иностранных туристов по регионам
Диаграмма 1.3. Страны дальнего зарубежья и СНГ, с самым высоким показателем количества туристов, в течение 2018-2019 гг.
Диаграмма 1.4. Количество прибывших иностранных туристов по месяцам
Диаграмма 1.5. Динамика общего потока туристов из соседних стран в Республику Узбекистан в 2018-2019 гг.
Диаграмма 1.6. Динамика общего потока туристов из стран СНГ в Республику Узбекистан 2018-2019 гг.
Диаграмма 1.7. Динамика общего потока туристов из стран дальнего зарубежья в Республику Узбекистан в 2018-2019 гг.
Диаграмма 1.8. Возрастная категория посетителей Республики Узбекистан за 2018-2019 гг.
Диаграмма 1.9. Распределение прибывших иностранных туристов по целям их посещения в 2019 г.
Диаграмма 1.10. Количество местных туристов, выехавших из региона страны в 2018-2019 гг.
Диаграмма 2.1. Динамика роста количества объектов средств размещения по типам
Диаграмма 2.2. Динамика роста количества номерных фондов средств размещения по типам
Диаграмма 2.3. Динамика роста количества коек/мест в средствах размещения по типам
Диаграмма 2.4. Динамика роста количества объектов семейных гостевых домов и их коек/мест
Диаграмма 2.5. Количество средств размещения
Диаграмма 2.6. Количество номерного фонда
Диаграмма 2.7. Распределение номерного фонда в разрезе областей
Диаграмма 2.8. Количество размещенных иностранных граждан в Узбекистане в 2019 г.
Диаграмма 3.1. Загруженность средств размещений
Диаграмма 3.2. Уровень загрузки средств размещения по месяцам
Диаграмма 3.3. Уровень загруженности средств размещения по регионам
Диаграмма 3.4. Соотношение между потоком иностранных туристов и количеством дней их проживания в средствах размещения в 2016-2019 гг.
Диаграмма 3.5. Прогнозные показатели роста потока иностранных туристов и количества дней проживания в средствах размещения на 2021-2025 гг.
Диаграмма 4.1. Тенденция роста туристского потока и количества средств размещения на период 2015-2019 гг.
Диаграмма 4.2. Прогнозные показатели создания новых средств размещения на 2021-2025 гг.

Таблица 2.1. Информация о средствах размещения в разрезе типов, категорий и регионов по состоянию на 1 января 2020 года
Таблица 2.2. Соотношение количества размещения к общему количеству прибытия по странам
Таблица 3.1. Информация о свободных номерах гостиниц Республики Узбекистан в разрезе месяцев в 2019 г.
Таблица 3.2. Информация о количестве гостей, дней проживания и распределения загруженности в средствах размещения в 2019 г.
Таблица 5.1. Информация об операционных расходах средств размещения
Таблица 5.2. Информация об рентабельности средств размещения
Таблица 5.3. Информация об рентабельности средств размещения (окупаемость в месяцах)

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ

1.1. Туристский потенциал и принимаемые меры в сфере туризма в Узбекистане

Узбекистан обладает огромным туристско-рекреационным потенциалом. В стране насчитывается более 8 тысяч объектов культурного наследия, 209 из них в составе четырех городов-музеев «Ичан калъа в городе Хиве», «Исторический центр города Бухары», «Исторический центр города Шахрисабза» и «Город Самарканд», включенных в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО. Национальная система охраняемых природных территорий включает 8 заповедников, 2 природных и 1 национальный парк, 6 памятников природы, 11 заказников, более 50 водоохранных зон.

В Узбекистане традиционно развитым является историко-культурный вид туризма. Наиболее всемирно популярными туристскими центрами республики являются Самарканд, Бухара, Хива, а также Шахрисабз.

Данные регионы являются очагами древних цивилизаций, с историей в более чем 2 тысячи лет. Каждый из них имеет огромное количество древних памятников и является родиной великих исторических ученых, государственных деятелей.

В частности, город **Бухара** является центром исламской культуры, на территории которой насчитывается больше полторы сотни архитектурных памятников средневековья, многие из которых включены в Список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Самарканд являлся столицей великих империй и центром науки и культуры всего Древнего Востока. Город Самарканд входит во всемирное наследие ЮНЕСКО.

Один из древнейших регионов Узбекистана **Хорезм** называется страной тысячи крепостей – за огромное количество древнейших памятников, расположенных на этой территории. Туристским центром региона является город музей под открытым небом – Хива, в самой области насчитано более 250 объектов архитектурного и культурного наследия.

Древний город **Шахрисабз** известен тем, что является родиной Амира Темура. Город также занесен в Список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Вместе с тем, другие регионы республики также имеют высокий туристско-рекреационный потенциал.

В частности, Ташкентская, Джизакская область имеют богатую природу для развития экологического туризма.

Так, на территории **Ташкентской области** имеются такие природные объекты, как Чарвакское водохранилище, Угам-Чаткальский природный парк, а также горнолыжные курорты – Амирсой, Чимган, Бельдерсай.

В Джизакской области районы Бахмал и Галлаарал известны чистым горным воздухом, минеральными водами, полезными фруктами и овощами. Сюда приезжают для лечения и восстановления здоровья.

На окраине пустыни Кызылкум в Джизакской области располагается озеро Айдаркуль, на берегу которого расположен юртовый лагерь. В начале весны здесь можно наблюдать стаи розовых фламинго.

Сурхандарьинская область примечательна горным и экотуризмом. В регионе можно познакомиться с памятниками далекого прошлого – музеи под открытым небом, буддийские храмы, развалины городищ, древние крепости, места для поклонений. Кроме того, долина Сурхандарьи является родиной выдающихся богословов, религиозных деятелей, философов, благодаря которым появлялись архитектурные памятники раннего и позднего средневековья. Ценность этих памятников имеет культовое значение для исламского мира.

Республика Каракалпакстан регион с богатой историей и потенциалом для развития этнотуризма. На территории региона люди проживали еще в эпоху неолита. В республике имеется популярный музей имени Савицкого, где собраны 50 тыс. произведений авангардного изобразительного искусства. Также здесь можно пожить жизнью кочевников в каракалпакских юртах на берегу Аральского моря, приняв участие на местных традиционных мероприятиях.

На территории **Ферганской долины** расположены такие исторические города, как Маргилан, Коканд, Риштан, археологические комплексы – города Мингтепа, Ахсикент. Кроме того, в регионе развито народное ремесленничество.

Город Ташкент – столица Узбекистана и самый крупный город в Центральной Азии. В 2008 году археологи объявили, что городу уже 2200 лет. В настоящее время Ташкент является современным мегаполисом и совмещает в своей архитектуре и средневековые постройки, и современные бизнес центры.

В городе есть все условия для времяпровождения. Здесь сливается многолетняя история и современный стиль жизни. На территории Ташкента работают два международных аэропорта и 2 железнодорожных вокзала. Одной из основных современных достопримечательностей города считается метро.

За последние три года сфера туризма в Узбекистане стала одним из наиболее динамично развивающейся отраслью в республики. Это подтверждается принятием за этот период около 60 нормативных актов на уровне Указов и постановлений Президента, Правительства Республики Узбекистан по совершенствованию институциональных основ, развитию инфраструктуры в сфере туризма, созданию благоприятной среды для путешествий. В частности, данными документами:

– образован уполномоченный государственный орган в сфере туризма – Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма (далее – Госкомтуризм), ответственный за координацию государственной политики в сфере туризма, сама же сфера туризма определена в качестве стратегической отрасли национальной экономики;

– кардинально упрощены визовые и регистрационные процессы. Так, за последние три года введен безвизовый режим для граждан 77 стран с достижением их общего количества до 86 стран, а также упрощенный порядок въезда, в том числе посредством получения электронных въездных виз для граждан 57 стран. Регистрация иностранных граждан в ходе их пребывания в Республике Узбекистан полностью переведена в электронный формат;

– созданы условия для развития предпринимательской деятельности посредством упрощения порядка организации работы субъектов туристской деятельности. В частности, сокращено количество требуемых документов и дней рассмотрения на получения лицензии туроператорской деятельности, децентрализован процесс лицензирования туроператорской деятельности посредством передачи данных полномочий региональным подразделениям Госкомтуризма;

– также упрощен порядок организации деятельности средств размещения. Так, отменены ряд требований (более 20) для организации хостелов, введен упрощенный порядок организации семейных гостевых домов с отменой требований по сертификации их услуг, также отменены следующие – требования получения разрешительного свидетельства отдельно на каждую торговую точку и объект общественного питания, лицензии на оказание транспортных услуг для своих постояльцев и др.

Вследствие принимаемых мер по поддержке туристской отрасли, широкому продвижению туристского потенциала страны отмечалась тенденция роста по ряду показателей:

– количество туристов, прибывающих в республику выросло в 3 раза – с 2,02 млн в 2016 году до 6,7 млн в 2019 году; аналогично объем экспорта туристских услуг также выросла в 3 раза – с 430 млн долл. до 1 313 млн долл.;

– впервые была принята программа по развитию внутреннего туризма, по которому наблюдается рост количества поездок;

– для стимулирования предпринимательской деятельности в сфере туризма, учреждены всего 33 различных налоговых и таможенных льгот, а также преференций. Данным льготами и преференциями в 2018-2019 гг. воспользовались 680 субъектов предпринимательства на общую сумму 576,7 млрд сум.

– принимаемые меры по поддержке и защите частного сектора, а также рост потока туристов способствовали увеличению количества туристских организаций практически в 4 раза – с 398 в 2015 году до 1482 в 2019 года;

– аналогично в течение 2015-201 годов в 2 раза выросло количество средств размещения – с 661 до 1188 единиц;

– развитие сферы также влияет и на стандартизацию в сфере.

В целом, государственная политика в сфере туризма направлена на формирование туристской отрасли в локомотив ускоренного и комплексного развития регионов и их инфраструктуры, увеличение рабочих мест, обеспечение диверсификации и ускоренного развития регионов, повышение доходов, уровня и качества жизни населения, улучшение имиджа и инвестиционной привлекательности страны на международной арене.

1.2. ОБЗОР ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАН

Численность прибывающих иностранных посетителей в Узбекистан ежегодно растет высокими темпами. Так, в 2018 году в Республику Узбекистан въехало 5 346 тыс. иностранных посетителей туристов. Данный показатель в 2 раза больше по сравнению с 2016 годом, когда количество прибывших составило 2 690 тыс. человек. В свою очередь, в течение 2019 года количество иностранных посетителей составило 6 748 тыс. человек и превысило показатели 2018 года на 26 %.

При этом, темпы роста иностранных гостей из различных регионов мира показывают различный уровень. Если рост количества иностранных туристов из Центральной Азии и других стран СНГ составил 25% и 22%, соответственно, то рост количества туристов из стран дальнего зарубежья составил 50%.

Из стран дальнего зарубежья и СНГ наибольшее количество туристов в Узбекистан прибывали из Российской Федерации, Турции, Афганистана, Китая, Кореи и др.

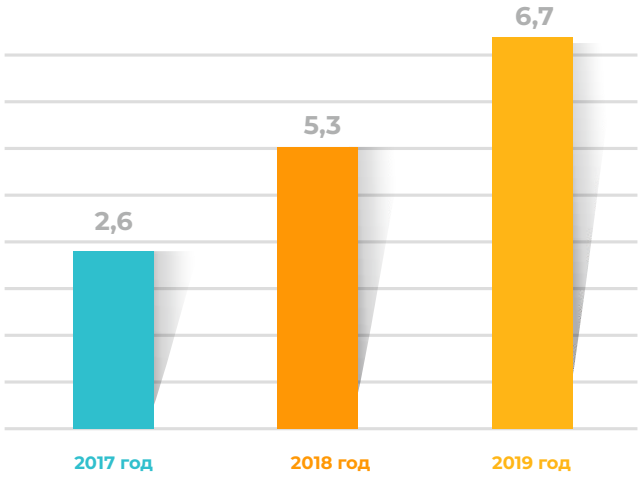


Диаграмма 1.1. Количество туристов, прибывших в Узбекистан в 2017-2019 гг. (млн. чел.)

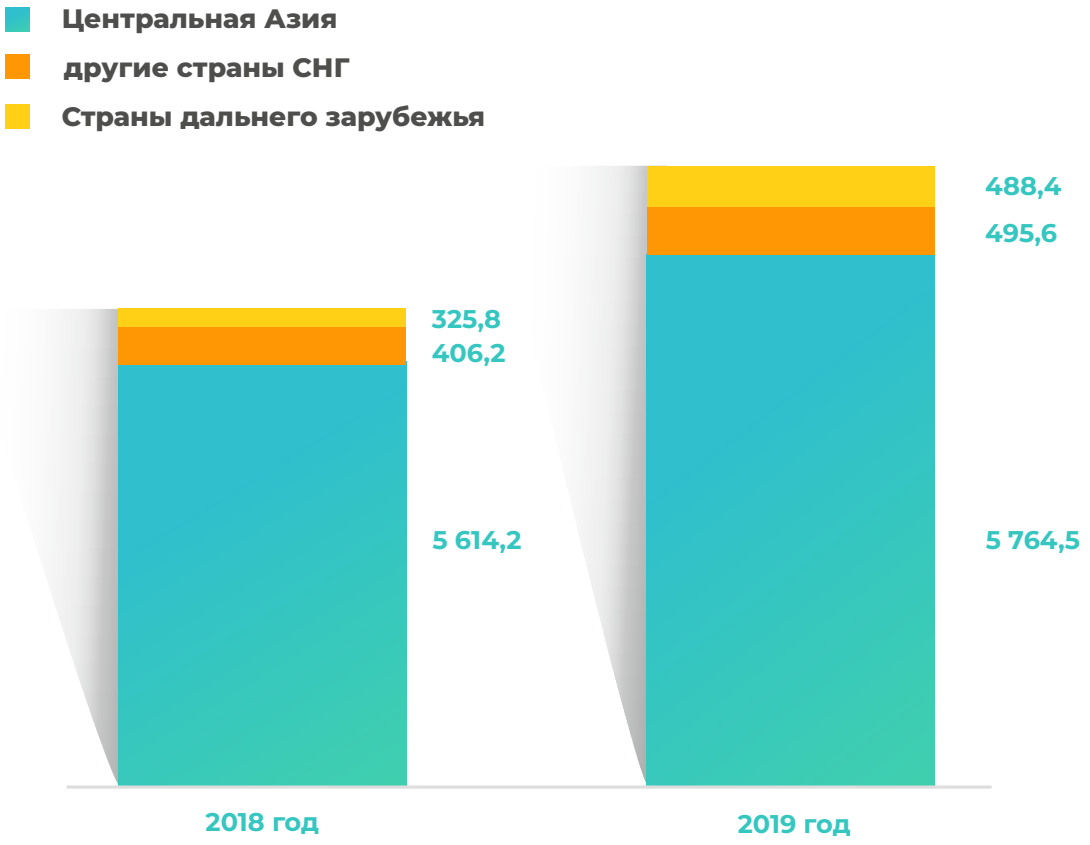


Диаграмма 1.2. Количество прибывших иностранных туристов по регионам (тыс. чел.)

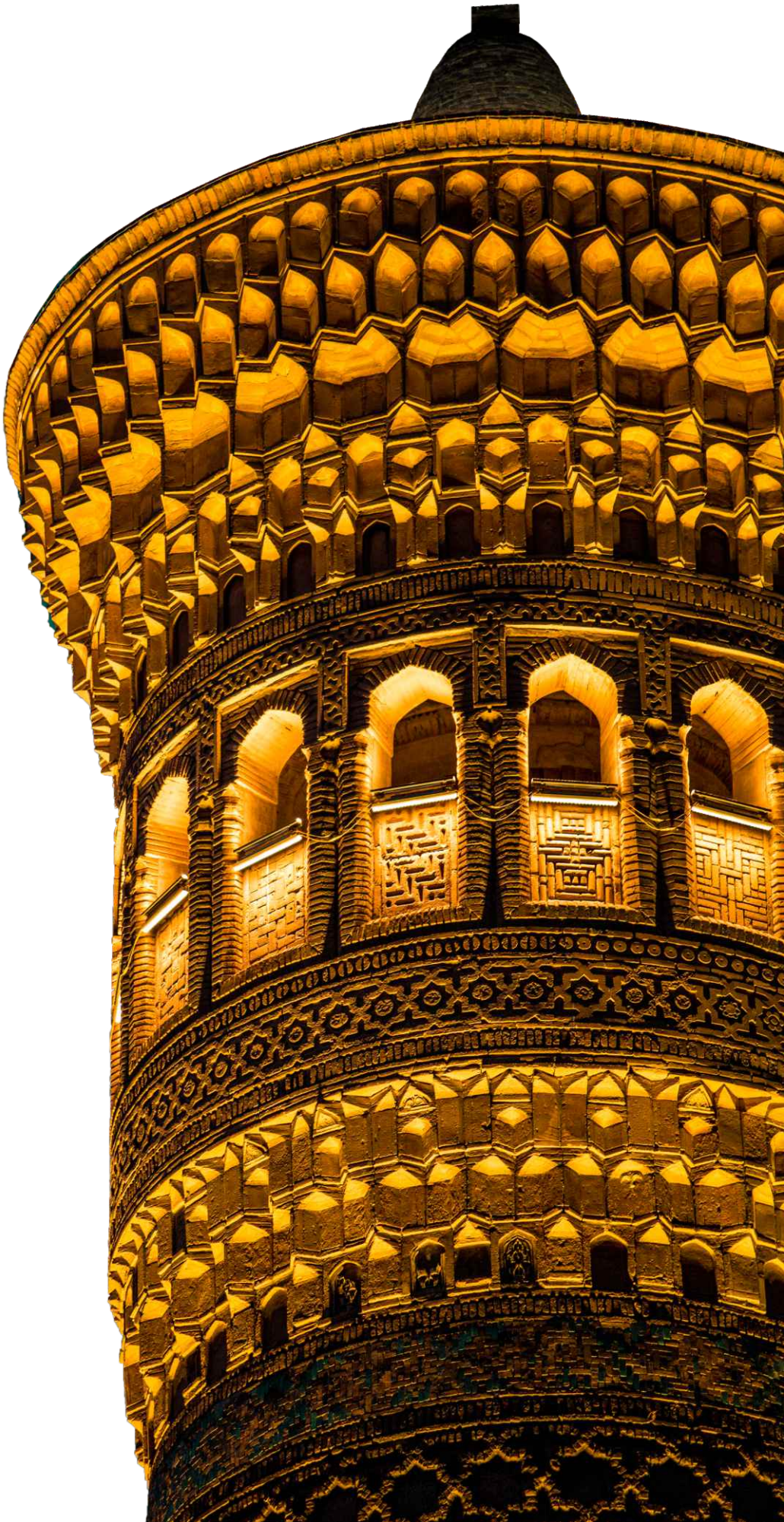
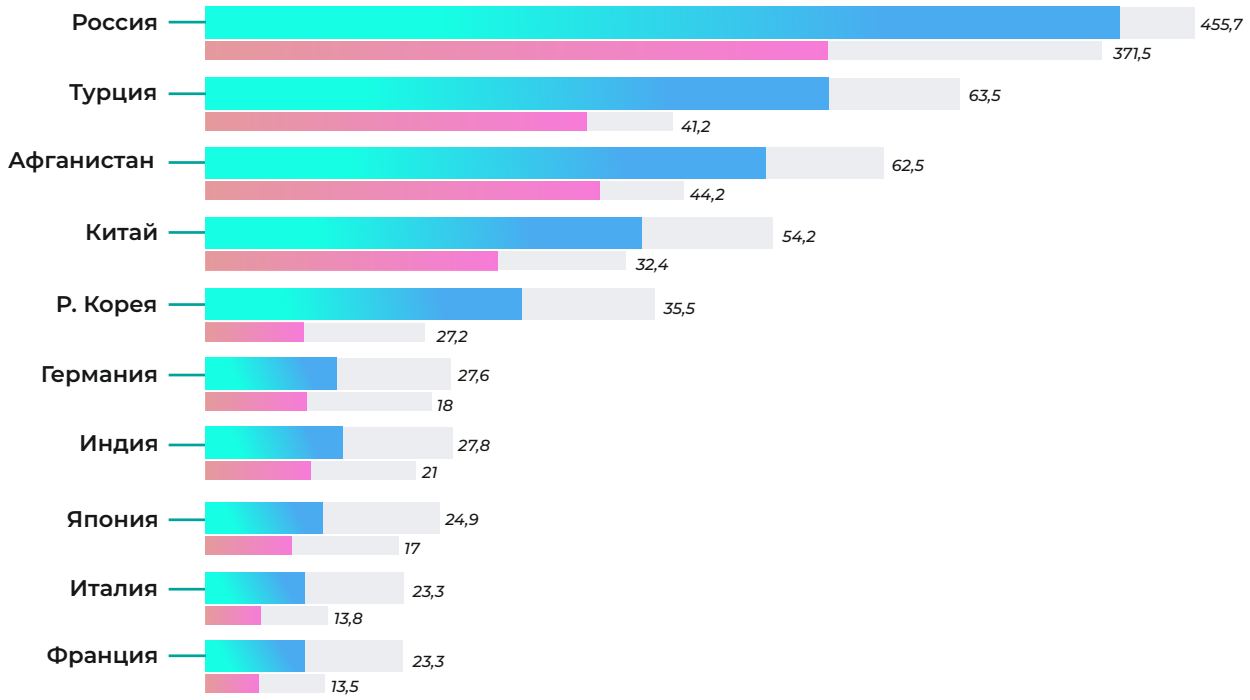


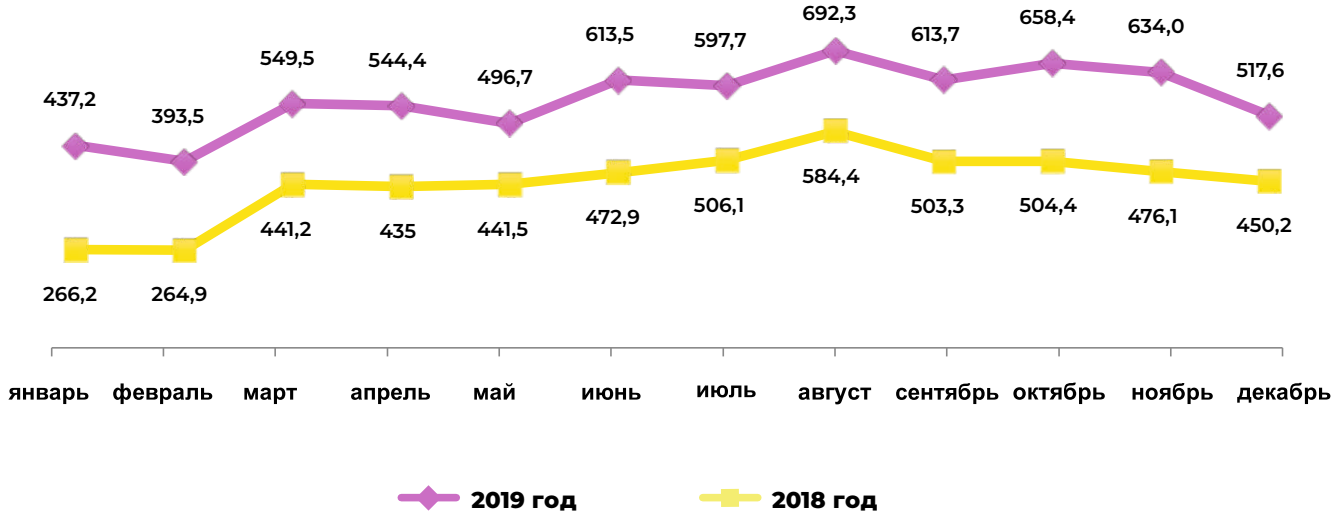
Диаграмма 1.3. Страны дальнего зарубежья и СНГ, с самым высоким показателем количества туристов (тыс. чел.), в течение 2018-2019 гг.



Тенденции показателей за последние 2 года свидетельствуют о наличии высоких и низких туристических сезонов в течение года. К примеру, наибольшее количество туристов в течение 2018 года и 2019 года приходится на август месяц, 584,4 тыс. и 692,3 тыс. туристов соответственно.

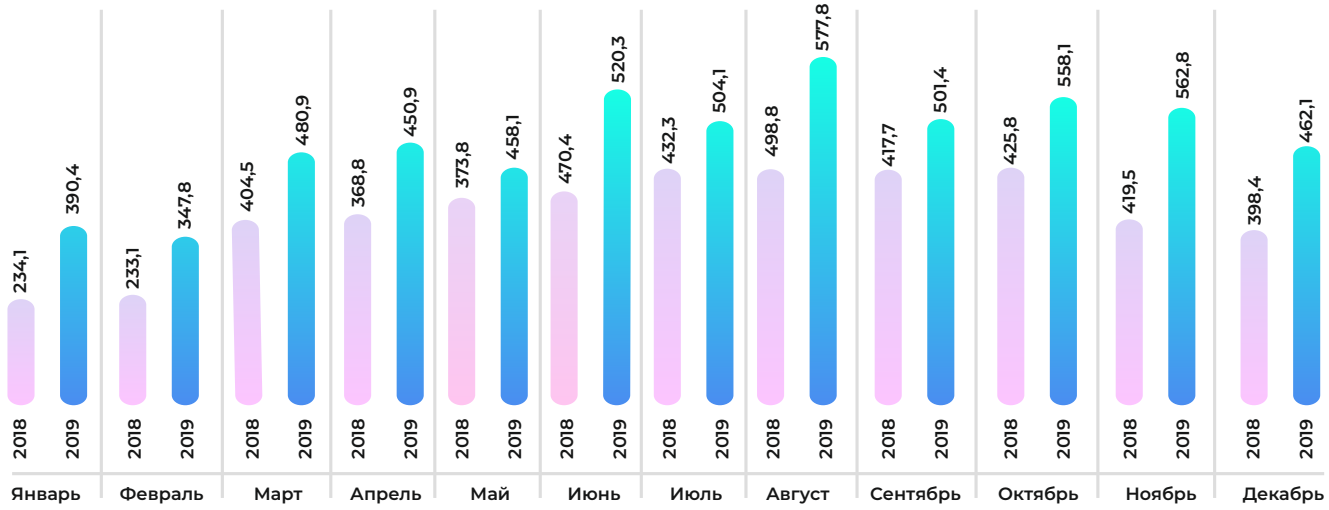
Если рассматривать темпы роста количества туристов по месяцам, то отмечается, что наибольший темп роста количества туристов приходиться на январь месяц. Так, количество туристов за январь месяц составил 437,2 тыс. человек, что выше показателя за январь 2018 года на 64,2%. Наименьший темп роста приходиться на май месяц и составляет 12,5%. Отмечается, что в 2019 году достигнут рост количества туристов по каждому месяцу, относительно показателей предыдущего года.

Диаграмма 1.4. Количество прибывших иностранных туристов по месяцам (тыс.чел.).



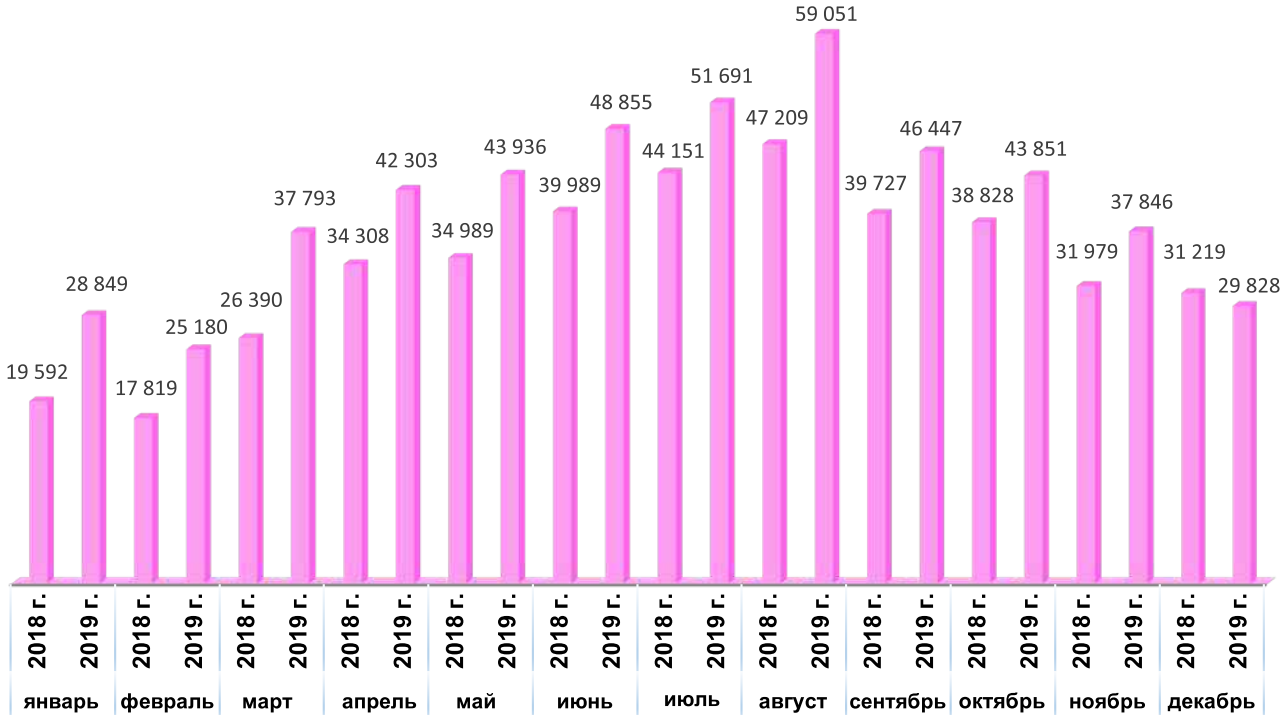
Вместе с тем, данная ситуация несколько отличается в региональном разрезе. В частности, основной поток из соседних стран (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан) приходится на период август (10% от общего количества), ноябрь (9,7%) и октябрь (9,6%), наименьший поток – на февраль (6%) и январь (6,7%).

Диаграмма 1.5. Динамика общего потока туристов из соседних стран в Республику Узбекистан 2018-2019 гг. (тыс. чел.)



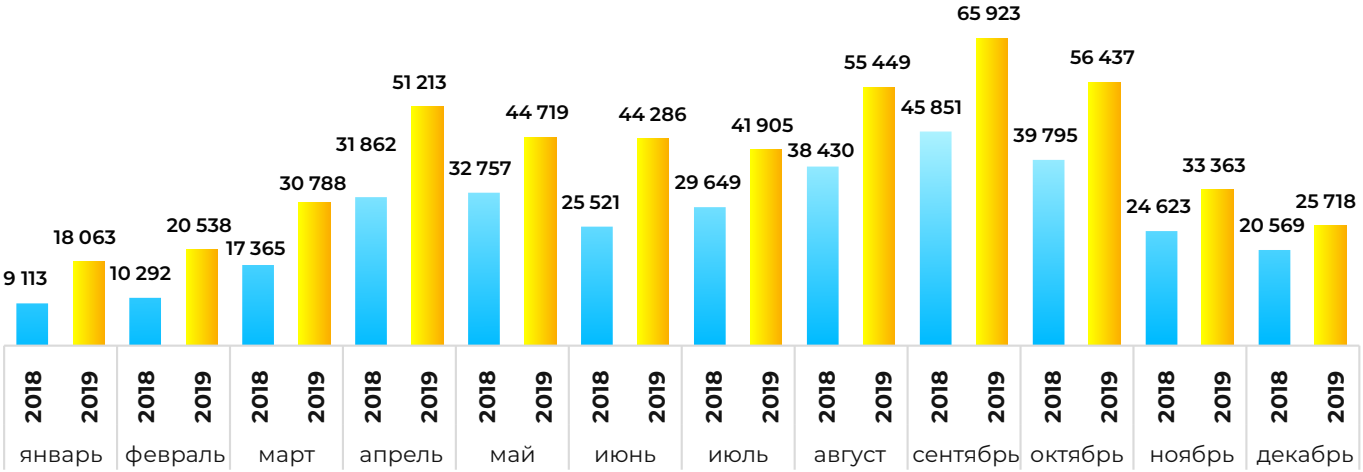
В свою очередь, наибольший поток туристов из других стран СНГ приходится на август (12% от общего количества), июль (10,4%), июнь (9,8%). Наименьший поток – на февраль (5%), январь (5,8%), декабрь (6%).

Диаграмма 1.6. Динамика общего потока туристов из другихих стран СНГ в Республику Узбекистан 2018-2019 гг. (чел.)



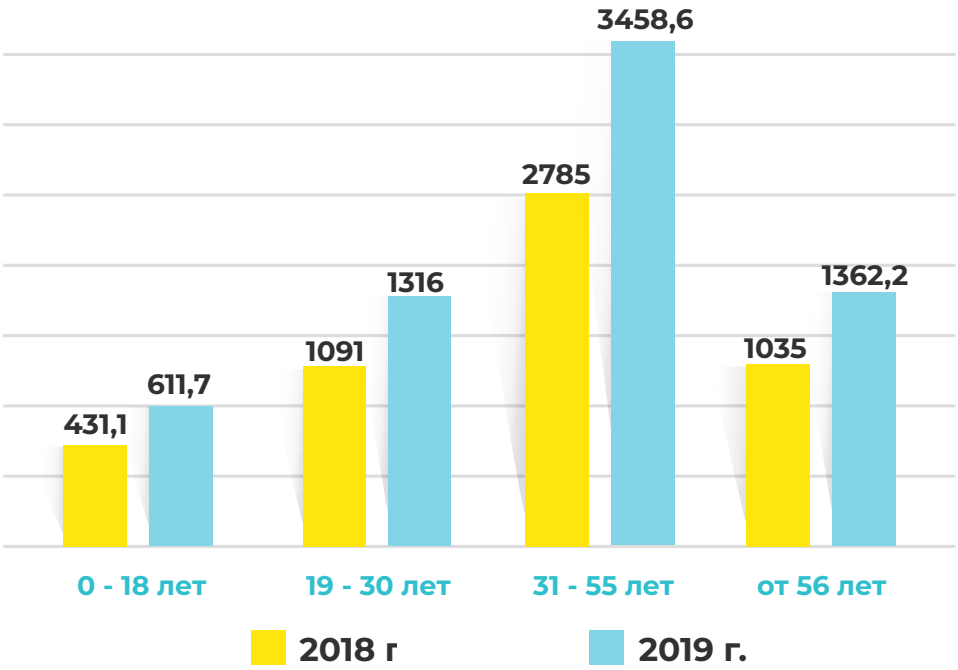
Ситуация с потоком из дальнего зарубежья выглядит следующим образом. Основной поток приходится на сентябрь (13,5% от общего количества), октябрь (11,5%), август (11,3%). Наименьший поток приходится на январь (3,7%), февраль (4,2%), декабрь (5,2%).

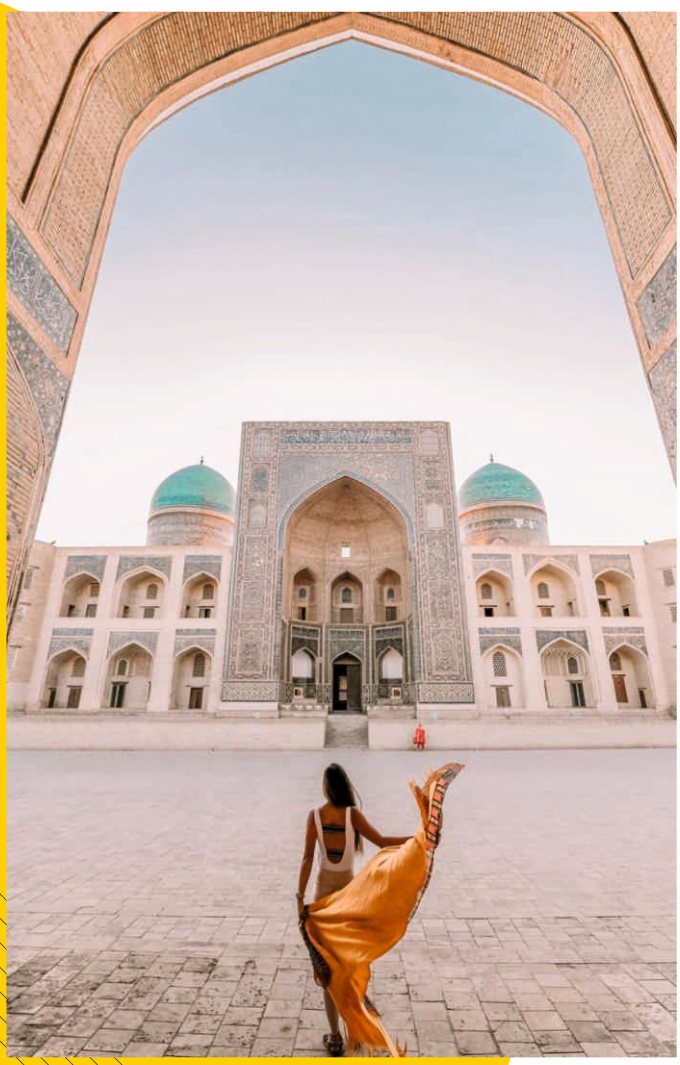
Диаграмма 1.7. Динамика общего потока туристов из стран дальнего зарубежья в Республику Узбекистан 2018-2019 гг. (чел.)



В целом, по итогам 2019 года доля иностранных туристов, посетивших страну в августе в годовом количестве туристов составляет 10,3%. Наименьшая доля туристов приходиться на февраль месяц и составляет 5,8%. В динамике количества туристов явно выражены сезонность туристической деятельности соответствующей с временами года. Пиковый сезон приходится на лето и с приходом осени количественные показатели демонстрируют снижение.

Диаграмма 1.8. Возрастная категория посетителей Республики Узбекистан за 2018-2019 гг. (тыс. чел.)



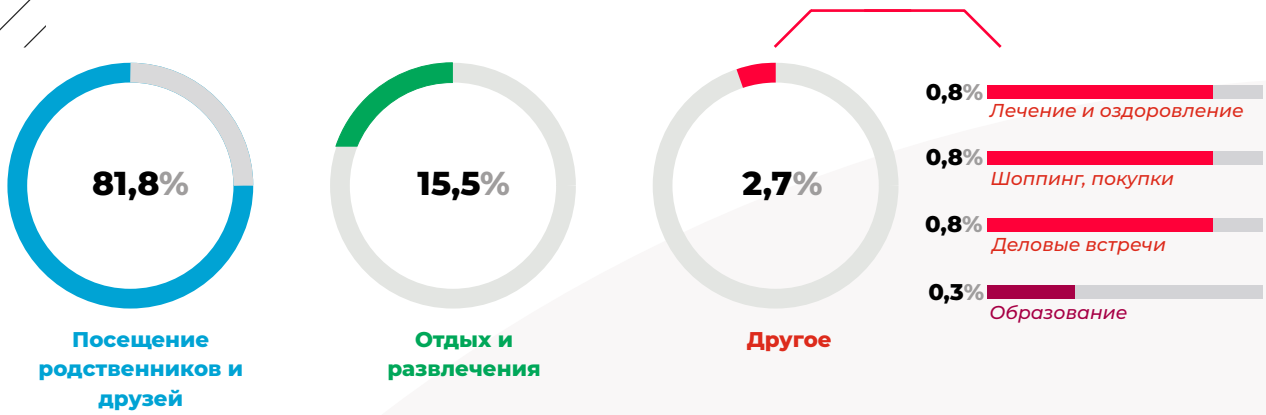


За последние два года существенных изменений в возрастном составе туристов не наблюдается. Так если в 2018 году доля туристов в возрасте от 31 до 55 лет составила 51,3%, то в 2019 году данный показатель составил 52,1%. Это показывает, что страну посещают в основном туристы более зрелого возраста. Доля молодежи от 19 до 30 лет составила 19,5%, а до 18 лет – 9,1%. Доля туристов с возрастом от 55 лет и старше составляет 20,2%. В целом, состав иностранных туристов достаточно диверсифицирован в разрезе возрастных категорий и соответствует имеющемуся туристическому потенциалу страны.

Так, по итогам 2019 года в разрезе целей посещения большая часть туристов приходится на посещение родственников и друзей. Доля таких туристов в общем количестве иностранных туристов составила 81,8%. При этом, следует отметить, что данный показатель снизился относительно аналогичного показателя предыдущего года на 6,4 пункта.

Существенный рост доли наблюдается по туристам, посетившим страну в целях отдыха и развлечений. Количество туристов, прибывших с целью отдыха и развлечений, выросло в 2,3 раза, составив 1 043,9 тыс. человек. В результате доля данных туристов в общем количестве иностранных туристов выросла на 6,9 процентных пункта и составила 15,5%. Эксперты отмечают данную динамику в качестве положительного результата, отражающего качественное улучшение показателей туристической сферы страны.

Диаграмма 1.9. Распределение прибывающих иностранных туристов по целям их посещения в 2019 г.



Количество туристов, посетивших страну в целях получения образования увеличилось на 46,1% и составило 21,4 тыс. человек, что занимает небольшую долю в размере 0,3% в общем количестве туристов. Кроме того, в рассматриваемом периоде страну посетили туристы также с целью лечения и оздоровления, деловых встреч, шоппинга и покупок. Совокупная доля данных туристов в общем количестве иностранных туристов, прибывших за 2019 год, составляет 2,4%.

1.3. Обзор внутреннего туризма

В 2018 году решением Президента Республики Узбекистан впервые была утверждена Программа развития внутреннего туризма «Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!». В рамках данной Программы предусмотрено осуществление 77 мер, направленных на развитие внутреннего туризма. На реализацию программы в качестве ответственных определены более 20 министерств и ведомств.

Для системной организации путешествий по Узбекистану различных категорий общества Союзом молодежи Узбекистана, Комитетом женщин Узбекистан, Советом Федерации профсоюзных организаций Узбекистана, Общественным благотворительным фондом «Махалля», Фондом «Нуроний» по социальной поддержке ветеранов Узбекистана и Советом Министров Республики Каракалпакстан, хокимиятами областей и города Ташкента были утверждены и осуществлены планы организации путешествий молодежи, престарелых, рабочих коллективов и жителей махаллей.

Особое внимание было уделено организации путешествий молодежи. Так, в целях усиления их чувства патриотизма были организованы индустриальные туры более 5,5 тыс. молодежи в крупные комбинаты, заводы, производственные комплексы, свободные экономические зоны, всего около в 70 объекты.

В целях широкой пропаганды среди населения внутреннего туризма по Республике были установлены более 800 баннеров, призывающих к путешествию по Узбекистану.

Кроме того, на телеканалах «Дунё бўйлаб», «Ўзбекистан 24» и других каналах на постоянной основе транслируются телепередачи в рубриках «Ҳудудларга мегатур», «Зиёрат туризми», «Экотуризм истиқболлари», «Телесаёҳат».

В рамках создания дополнительных удобств для путешествия начиная с 2018 года решением Главы государства впервые был внедрен порядок длительных выходных на праздничные дни (Новый год, Навруз, День Независимости).

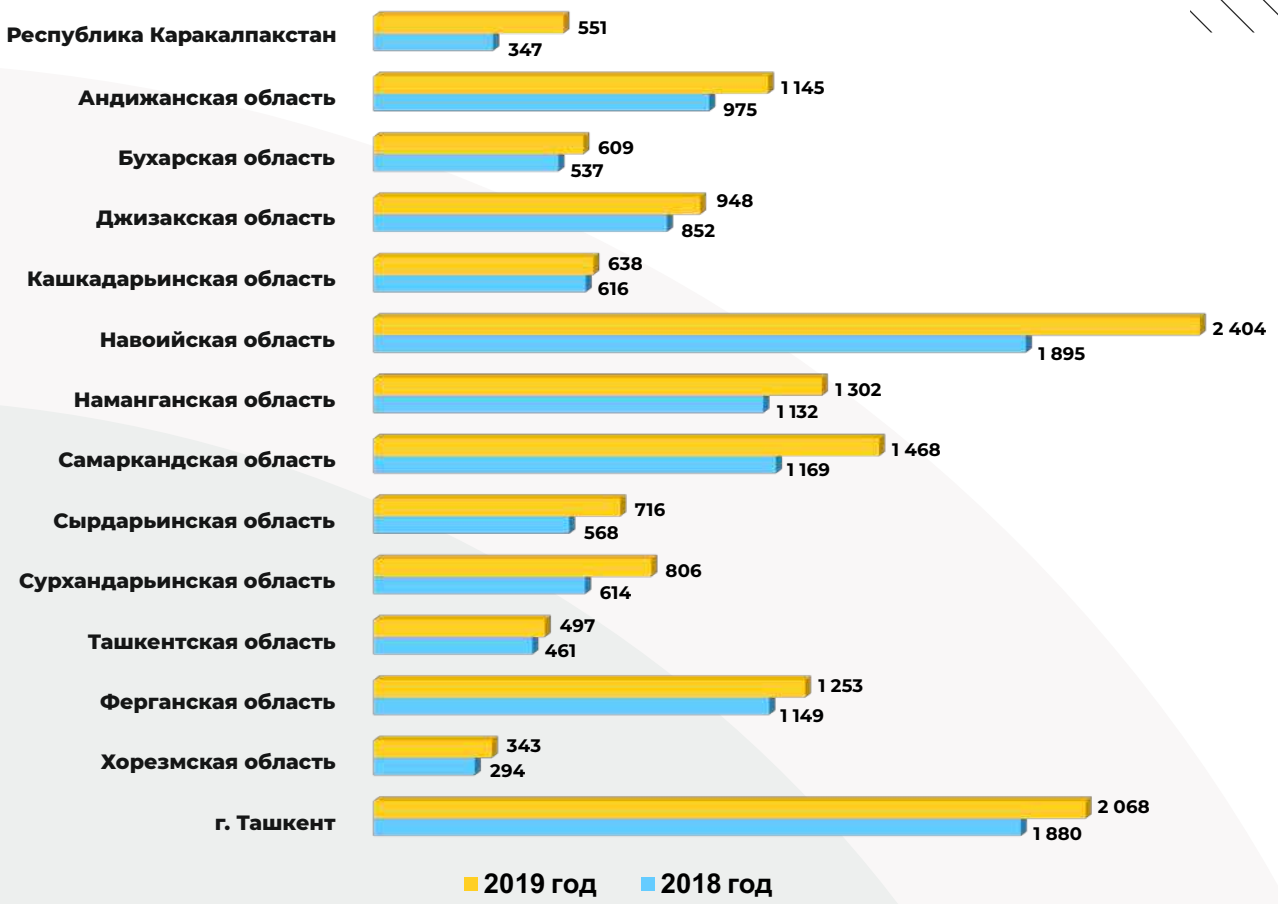
Также для внутренних туристов учреждены праздничные скидки на железнодорожные и авиарейсы, на гостиничные и другие виды услуг. Так, во время низкого туристского сезона (начиная с ноября т.г.) были объявлены скидки от 10 до 50% в 123 гостиницах, 54 транспортных организациях и 90 общественных питательных объектах.

Кроме того, для широкого привлечения населения к путешествиям по Узбекистану был налажен механизм выделения потребительских кредитов гражданам для осуществления путешествий по Узбекистану.

Стимулирование внутреннего туризма в рамках реализации программы «Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!» способствует росту количества поездок в данном направлении. Так, если в 2018 году по внутреннему туризму совершено всего 12,4 млн поездок, то в 2019 году – 14,7 млн.

Следует отметить, рост количества поездок по внутреннему туризму наблюдался во всех регионах республики. Наиболее часто выезжающие по внутреннему туризму являются жители Навоийской области, которые осуществили 2,4 млн поездок, рост которого составил 27% по сравнению с 2018 годом (1,89 млн). Также наиболее активно выезжающими за пределы региона являются жители города Ташкент – 2,06 млн., Самаркандской, Наманганской, Ферганской, Андижанской областей. Наименее активными являются Хорезмская область – 343 тыс., Ташкентская область – 497 тыс., Республика Каракалпакстан – 716 тыс.

Диаграмма 1.10. Количество местных туристов, выехавших из региона страны в 2018-2019 гг. (тыс. чел.)



WYNDHAM
WYNDHAM

II. АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ

2.1. ОБЩИЙ ОБЗОР ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В УЗБЕКИСТАНЕ

С ростом количества посещающих туристов наблюдается рост количества средств размещения. По итогам 2019 года количество средств размещения выросло на 30% и достигло 1 188 единиц. Кроме традиционных гостиниц и хостелов, растет количество таких средств размещения как, зона отдыха, кемпинг, мотель, спорт база, туристический лагерь, юртовый лагерь, бутик отель и другие. Особенно отмечается стремительный рост количества семейных гостевых домов. По итогам 2019 года их количество достигло 886 единиц, в 2018 году их количество составляло 106 единиц.

Пока основная часть средств размещения приходится на гостиницы и хостелы. По итогам 2019 г. количество гостиниц составило 833 единиц. Данные цифры показывают рост относительно аналогичного показателя 2018 года на 6,3%. Более стремительный рост количества наблюдается по хостелам. Их количество на конец 2019 года достигло 214 единиц, тогда как на конец 2018 г. их количество составляло 53 единиц.

Рост количества средств размещения также привел к росту количества номерного фонда по стране на 29,3%. В результате количество номерного фонда по итогам 2019 года достигло 26,1 тыс. единиц.

Диаграмма 2.1. Динамика роста количества объектов средств размещения по типам (ед.)

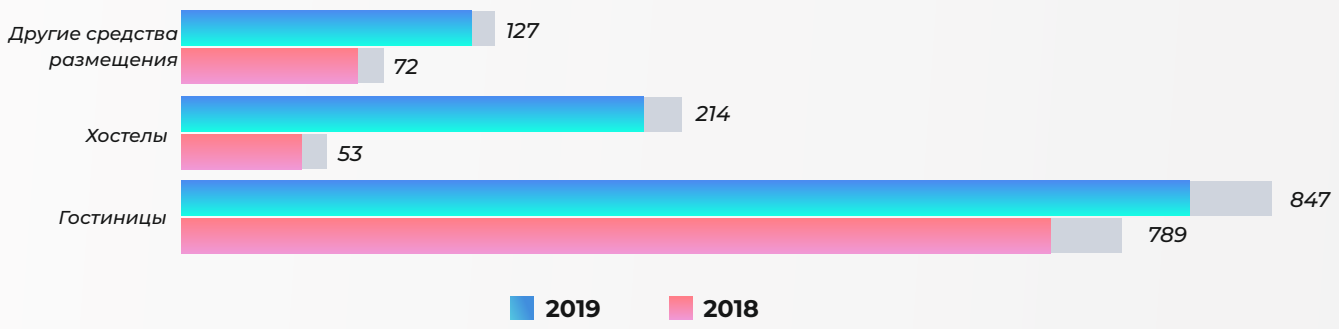


Диаграмма 2.2. Динамика роста количества номерных фондов средств размещения по типам (ед.)

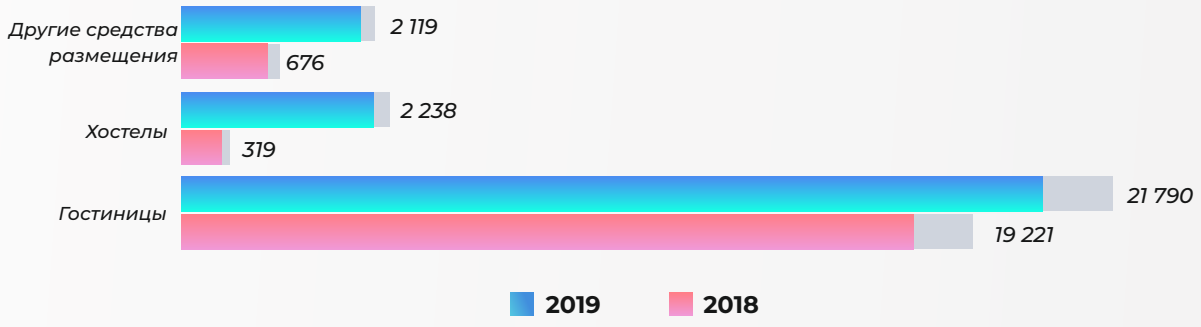


Диаграмма 2.3. Динамика роста количества коек/мест в средствах размещения по типам (ед.)

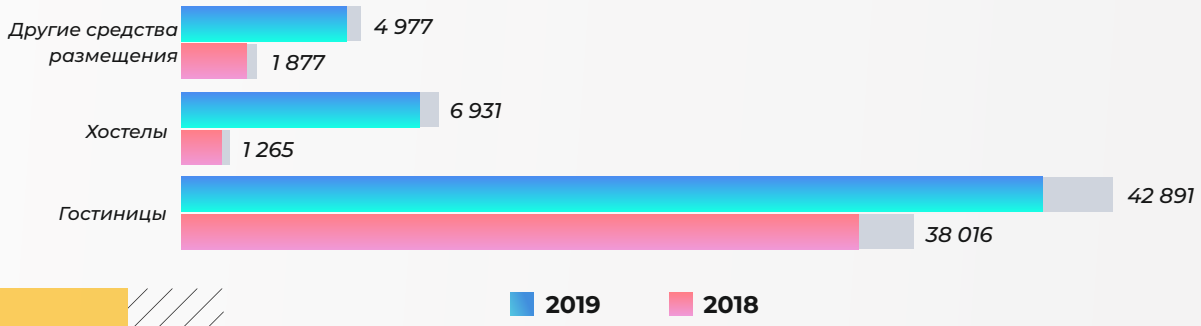


Диаграмма 2.3. Динамика роста количества коек/мест в средствах размещения по типам (ед.)

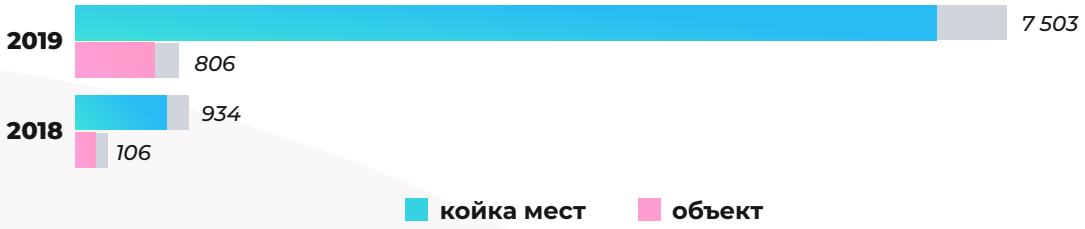


Диаграмма 2.5. Количество средств размещения (ед.)

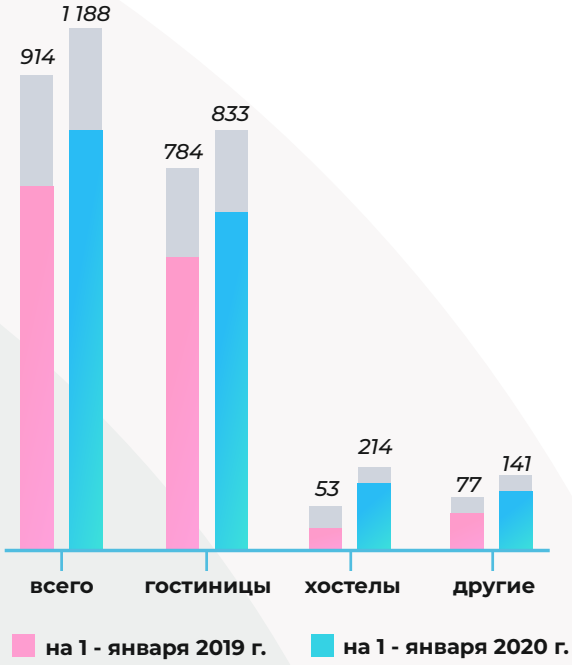
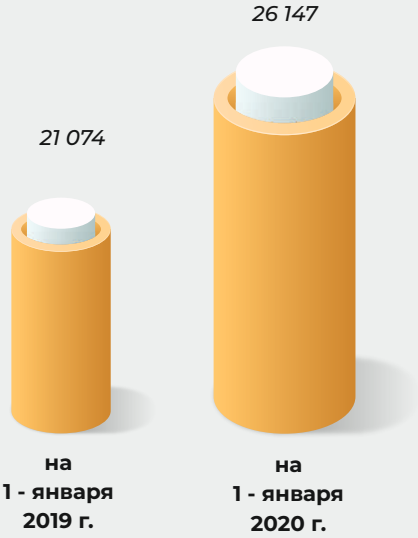


Диаграмма 2.6. Количество номерного фонда (ед.)



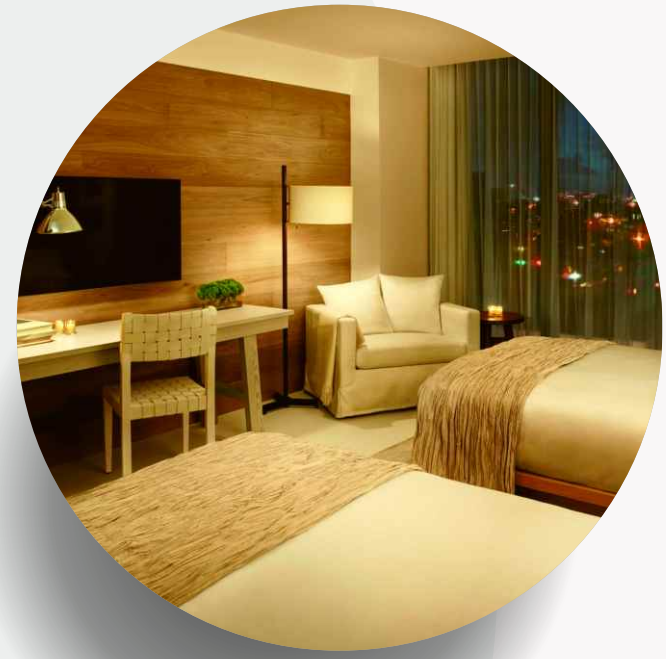


Диаграмма 2.7. Распределение номерного фонда в разрезе областей

Таблица 2.1. Информация о средствах размещения в разрезе типов, категорий и регионов страны по состоянию на 1 января 2020 года

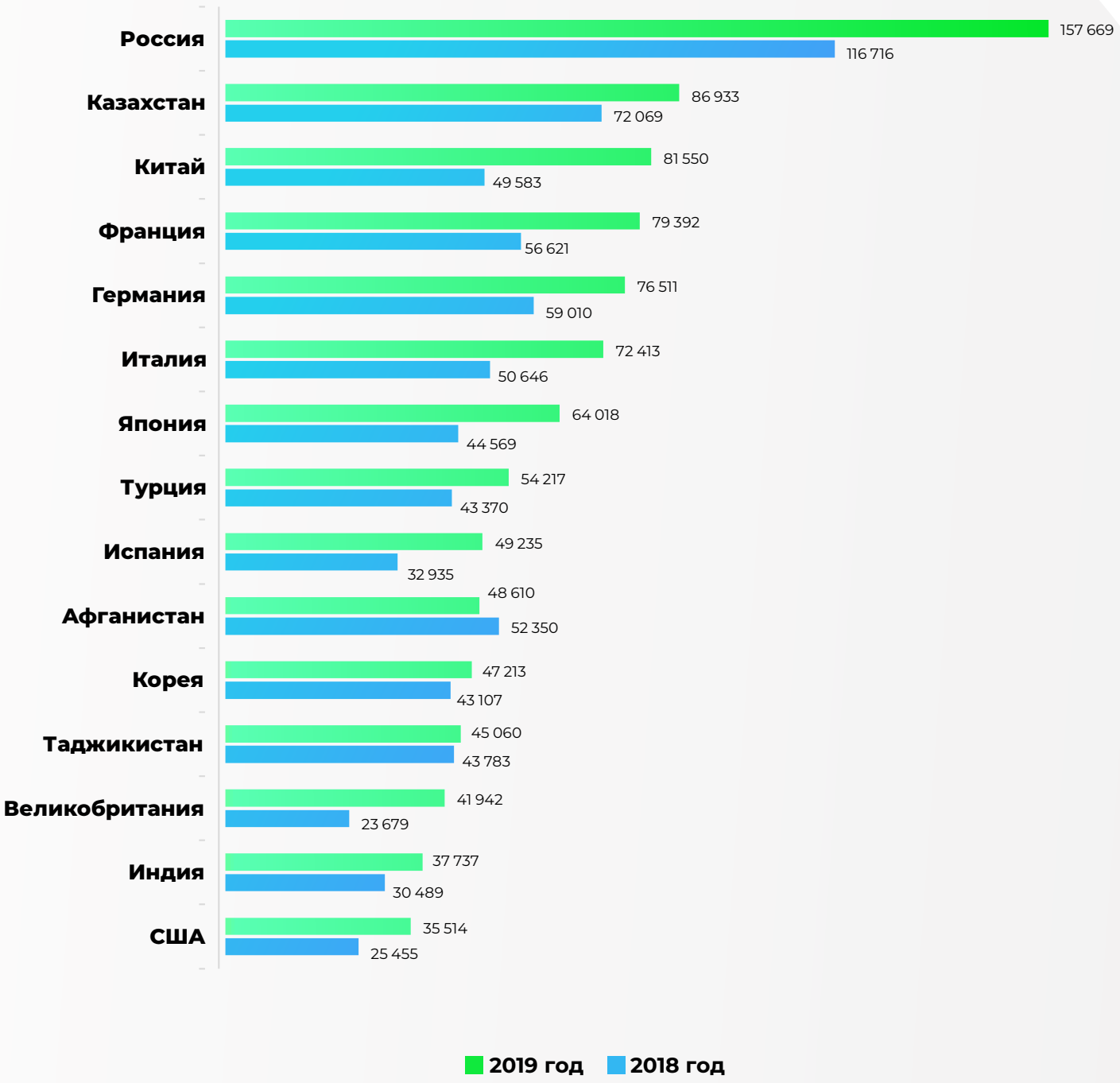
№	Регионы	Средства размещения			в том числе															
					Гостиница			из них					Хостел			Гостевые дома		Другие средства размещения		
		коли-чество	номера	койка-мест	коли-чество	номера	койка-мест	звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд	коли-чество	номера	койка-мест	коли-чество	койка-мест	коли-чество	номера	койка-мест
1	Республика Каракалпакстан	**48**	**599**	**1 344**	32	558	1 108			1			4	41	125	12	111			
2	Андижанская область	**34**	**522**	**1 110**	17	511	915			2			2	11	47	15	148			
3	Бухарская область	**346**	**3 051**	**7 962**	153	2 635	5 553		1		1		30	250	821	135	1 193	28	166	395
4	Джизакская область	**80**	**590**	**1 558**	28	524	999		2				3	14	37	45	368	4	52	154
5	Кашкадарьинская область	**89**	**1 287**	**2 704**	38	1 091	1 949		5	3	2		3	45	99	40	324	8	151	332
6	Самаркандская область	**280**	**2 576**	**6 611**	110	2 340	4 686			2	1		28	202	602	136	1 229	6	34	94
7	Навоийская область	**82**	**1 356**	**2 935**	34	910	1 621			1	2		12	200	478	28	250	8	246	586
8	Наманганская область	**36**	**820**	**1 484**	22	602	1 005		2	1			4	38	103	8	76	2	180	300
9	Сырдарьинская область	**17**	**204**	**408**	12	195	359			1			1	9	21	4	28			
10	Сурхандарьинская область	**110**	**1 008**	**2 446**	42	993	1 837		2				2	12	32	64	569	2	3	8
11	Ташкентская область	**260**	**2 377**	**6 968**	46	1 173	2 489		1	1			18	250	731	166	1 364	30	954	2 384
12	Ферганская область	**168**	**1 105**	**3 047**	44	1 064	2 147						5	28	78	116	805	3	13	17
13	Хорезмская область	**146**	**1 823**	**4 165**	69	1 736	3 376			3	1		10	65	173	62	561	5	22	55
14	г. Ташкент	**378**	**8 829**	**19 560**	200	7 458	14 847	1	1	1	6	3	92	1 073	3 584	55	477	31	298	652
Всего по республике		**2 074**	**26 147**	**62 302**	**847**	**21 790**	**42 891**	**1**	**14**	**16**	**13**	**3**	**214**	**2 238**	**6 931**	**886**	**7 503**	**127**	**2 119**	**4 977**

В разрезе регионов страны практически по всем областям наблюдается рост количества номерного фонда за рассматриваемый период, кроме Ташкентской области. Более чем, треть номерного фонда приходится на г. Ташкент, что составляет 8,1 тыс. единиц. Доля г. Ташкента в общем количестве номерного фонда составляет 33,7%. Следующими регионами по доле являются Бухарская область с показателем доли в размере 11,3% и Ташкентская область - 9,7%. Доля, Самаркандской области составила 9,7%. доля Хорезмской области – 6,9% и доли остальных регионов составляют ниже 6,0%.

2.2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ НА УСЛУГИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

Анализ статистических данных размещенных иностранных граждан в средствах размещения показывает, что крупнейшей аудиторией средств размещения являются граждане России, которые в течение 2019 года стали постояльцами средств размещения 157 669 раз, что составляет 12,3% от общего количества постояльцев. В список пятнадцати стран, граждане которых больше всего становились постояльцами средств размещения в Узбекистан, входят также Казахстан, Китай, Франция, Германия, Италия, Япония, Турция, Испания, Афганистан, Корея, Таджикистан, Великобритания, Индия, США, которые в совокупности составили 77% от общего количества иностранных постояльцев.

Диаграмма 2.8. Количество размещенных иностранных граждан в Узбекистане в 2019 г.



Вместе с тем, соотношение размещенных иностранных граждан к общему количеству, прибывших в Узбекистан, показывает другую картину.

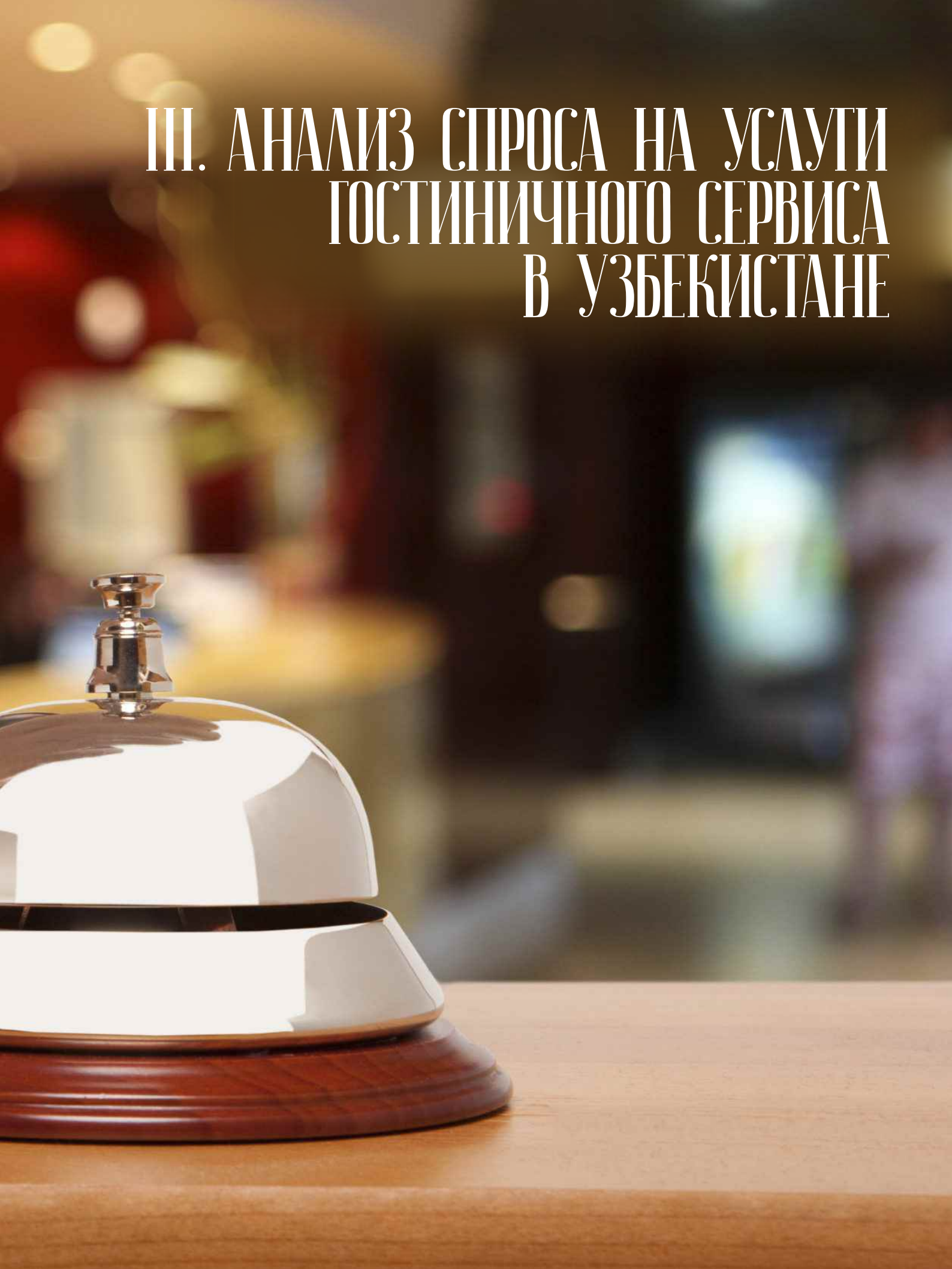
Так, несмотря на самое большое количество размещенных российских граждан в абсолютном значении, их количество составляет 34% к общему количеству прибывших российских туристов в Узбекистан. По Афганистану данный показатель составляет 77%, Турции – 82%. Самые же низкие показатели имеются у Казахстана, Таджикистана (по 0,003%) и Кыргызстана (0,02%).

В свою очередь, данный показатель наиболее высок у стран из дальнего зарубежья. В частности, соотношение количества размещения к общему количеству прибытия из Испании показывает, что каждый прибывший турист из Испании пользовался услугами средств размещения в среднем 4,03 раза. Данный показатель по гражданам из Франции составляет 3,99 раза, из Италии – 3,5 раза, Бельгии – 3,46 раза, Швейцарии – 3,4 раза, Дании – 3,2 раза, Австрии – 3,05 раза, Австралии – 3 раза. Аналогично данный показатель по Германии, Великобритании, Нидерланды, Новой Зеландии, Японии, Норвегии, Малайзии, Польше, Финляндии, Эстонии, Чехии составляет более чем 2 раза.

Таблица 2.2. Соотношение количества размещения к общему количеству прибытия по странам

Страны	Соотношение количества размещения к общему количеству прибытия	
	2019 г.	**2018 г.**
Испания	*4,0*	*4,3*
Франция	*4,0*	*4,1*
Италия	*3,5*	*3,6*
Бельгия	*3,4*	*3,8*
Швейцария	*3,4*	*3,7*
Дания	*3,2*	*3,7*
Австрия	*3,0*	*2,9*
Австралия	*3,0*	*3,2*
Германия	*2,8*	*3,2*
Великобритания	*2,6*	*2,9*
Нидерланды	*2,6*	*3,1*
Новая Зеландия	*2,6*	*3,2*
Польша	*2,5*	*2,7*
Япония	*2,5*	*2,6*
Эстония	*2,5*	*2,2*
Норвегия	*2,4*	*2,8*
Малайзия	*2,4*	*2,8*
Финляндия	*2,1*	*2,3*
Чехия	*2,1*	*2,6*
Канада	*2,0*	*2,4*

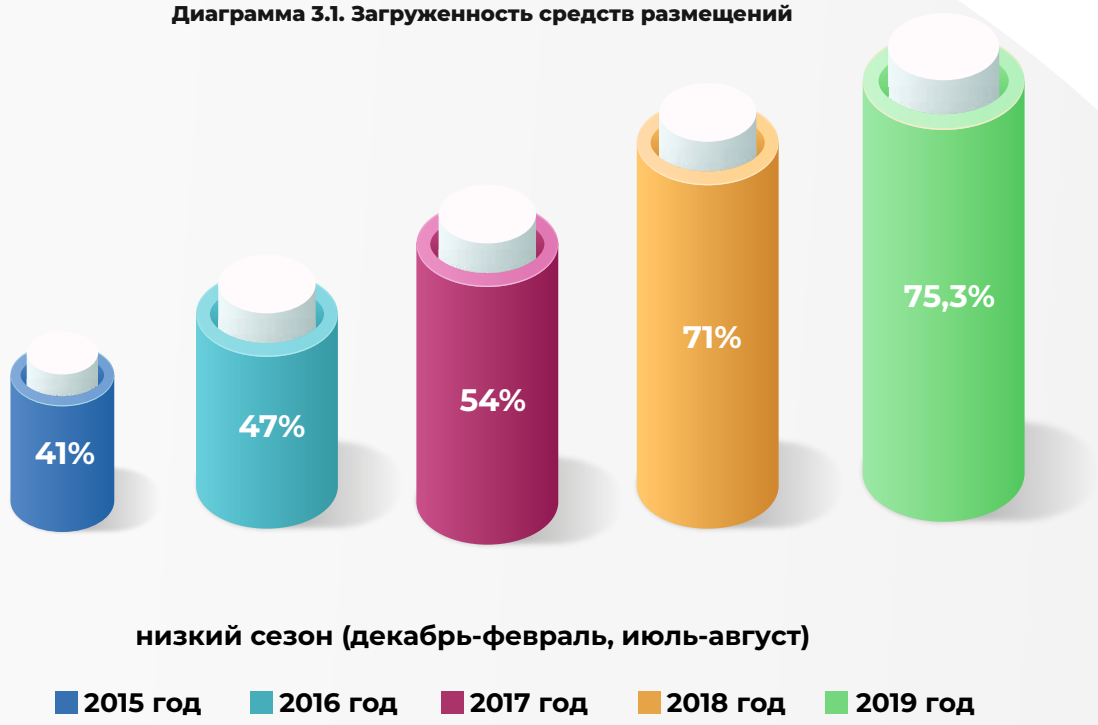
III. АНАЛИЗ СПРОСА НА УСЛУГИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА В УЗБЕКИСТАНЕ

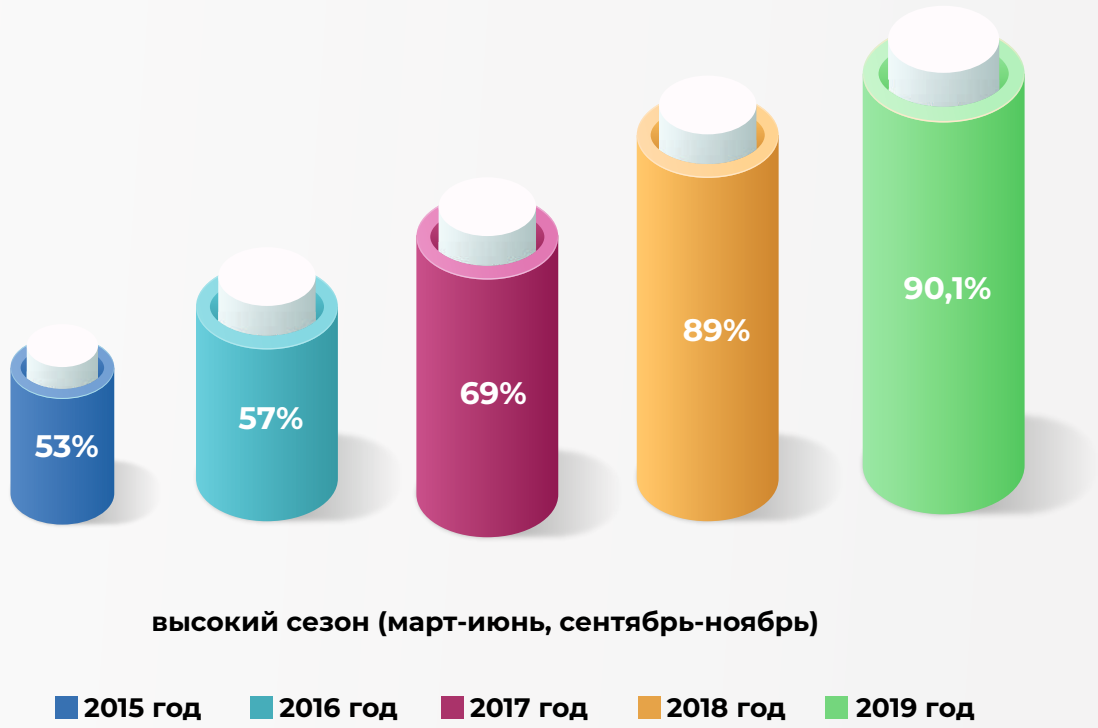


3.1. АНАЛИЗ СПРОСА ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ – 2015-2019 ГОДЫ

Анализ загруженности средств размещений показывают следующие результаты:
За последние три года наблюдается рост загруженности средств размещения – с 62% в 2017 г. до 84% в 2019 г.

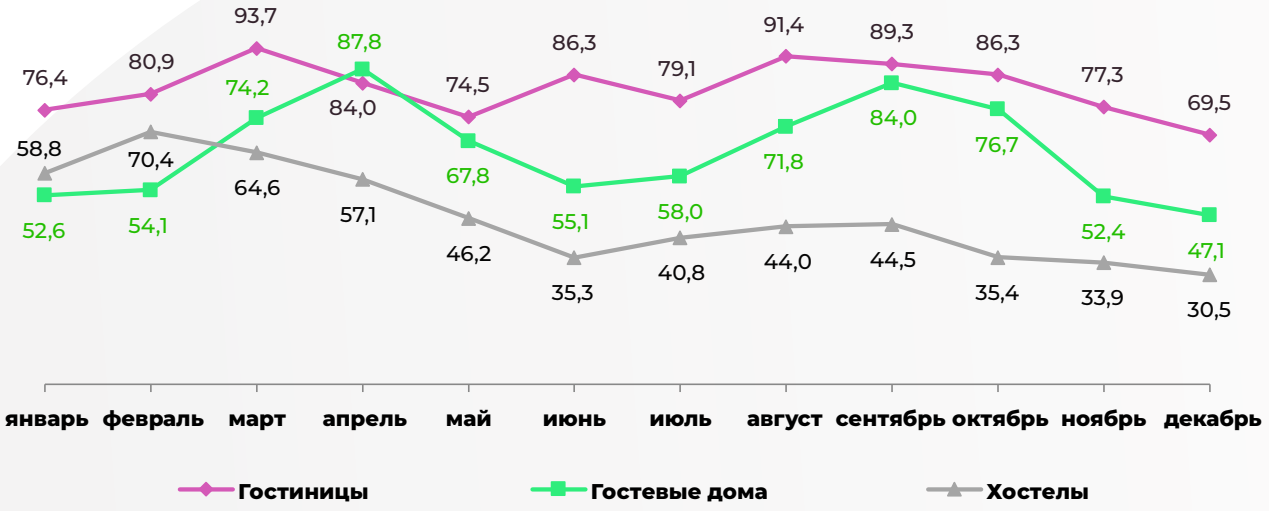
Диаграмма 3.1. Загруженность средств размещений





Наиболее высокая загрузка средств размещений приходится на сентябрь, октябрь, апрель. Наименее низко загруженные периоды приходятся на декабрь, февраль, январь.

Диаграмма 3.2. Уровень загрузки средств размещения по месяцам (%)



Вместе с тем, при рассмотрении состояния загруженности в разрезе иностранных и местных туристов различаются от общего состояния загруженности и между собой.

В частности, если наиболее загруженный период в разрезе иностранных туристов приходится на сентябрь, октябрь и август, то в разрезе местных туристов – на январь, апрель и июль. Наименее же загруженный период в разрезе иностранных туристов – на декабрь, январь и февраль, в разрезе же местных туристов – на декабрь, май и июнь.

Таблица 3.1. Информация о свободных номерах гостиниц Республики Узбекистан в разрезе месяцев в 2019 г. (%)

Месяца	всего загрузка номеров	из них:		
		иностранцами	местными	не загруженные, свободные номера
Январь	76,3	29,8	46,5	23,7
Февраль	74,7	32,0	42,7	25,3
Март	81,3	43,6	37,7	18,7
Апрель	90,1	54,2	35,9	9,9
Май	87,1	55,7	31,4	12,9
Июнь	82,5	47,0	35,5	17,5
Июль	82,2	40,3	41,9	17,8
Август	86,1	49,1	37,0	13,9
Сентябрь	92,6	62,7	29,9	7,4
Октябрь	91,3	60,0	31,3	8,7
Ноябрь	81,2	41,2	40,0	18,8
Декабрь	75,4	38,4	37,0	24,6
2019 год	**84,0**	**47,2**	**36,8**	**16,0**

3.2. ПРОЖИВАНИЕ В СРЕДСТВАХ РАЗМЕЩЕНИЯ

Наиболее популярным видом средств размещения является гостиницы. Так, 75,3% от общей продолжительности пребывания в средствах размещения приходится на гостиницы. Следующими идут хостелы – 8,2%, гостевые дома – 3,8%. На остальные виды средств размещения (зона отдыха, пансионат, юртовые лагеря, кэмпинг, оздоровительный центр, спорт база, туристская база и общее житие) приходится 12,7%.

Аналогично 82,5% от общего количества посетителей средств размещения предпочитают останавливаться в гостиницах, 7,5% - в хостелах, 3,6% - в гостевых домах, 6,4% - в других видах средств размещения (зона отдыха, пансионат, юртовые лагеря, кэмпинг, оздоровительный центр, спорт база, туристская база и общее житие).

Наиболее высоким спросом гостиницы пользуются в туристских центрах страны. Так, все иностранные туристы (100%), посетившие города Бухара, Самарканд, Хива пользуются услугами гостиниц. В городе Ташкент и Нукус данный показатель составляет выше 90%.

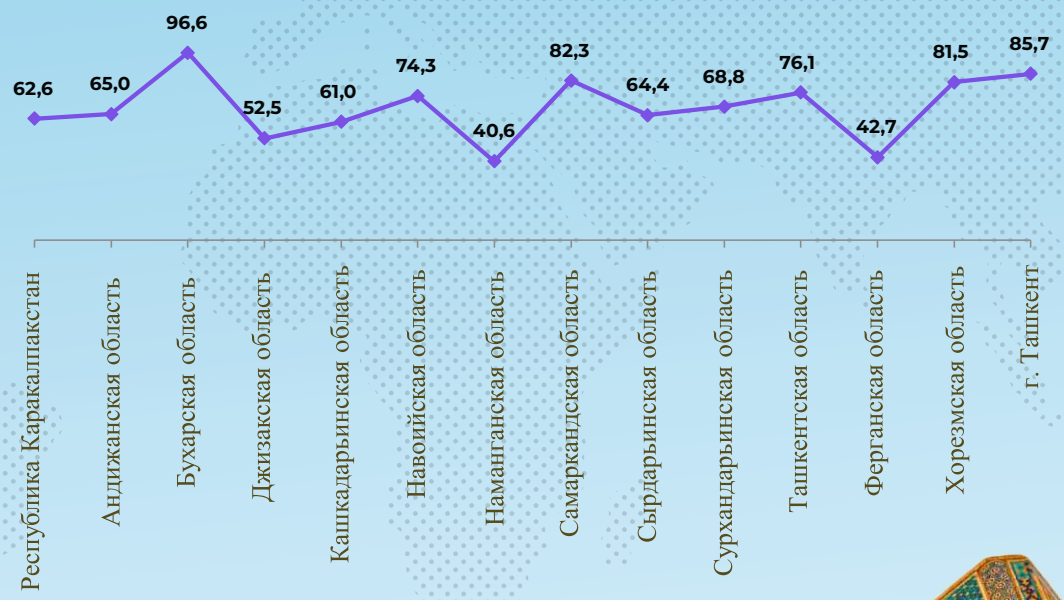
В городе Термез 67% прибывших пользуются услугами гостиниц. В остальных городах (региональных центрах) данный показатель оставляет ниже 60%.

Таблица 3.2. Информация о количестве гостей, дней проживания и распределения загруженности в средствах размещения в 2019 г. (в %)

	Загруженность			Количество гостей		
	Распределение загруженных номеров	Распределение загруженности местных туристов	Распределение загруженности иностранных туристов	Распределение гостей	Распределение местных гостей	Распределение иностранных гостей
ВСЕГО	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Гостиница	75,3	68,0	81,7	82,5	77,5	87,0
Гостевые дома	3,8	2,0	5,5	3,6	2,2	4,9
Хостелы	8,2	9,1	7,4	7,5	9,8	5,5
Прочие *(зона отдыха, пансионат, юртовые лагеря, кэмпинг, оздоровительный центр, спорт база, туристская база и общее житие)*	12,7	20,9	5,4	6,4	10,5	2,6

В региональном разрезе наиболее загруженным регионом является Бухарская область, где средний уровень загруженности в течение года составляет 96%. Далее идут г. Ташкент, Самаркандская и Хорезмская области, где уровень загруженности составляет более 80%. Наименее загруженность средств размещения приходится на Наманганскую и Ферганскую область, где средняя загруженность средств размещений составляет менее 45%.

Диаграмма 3.3. Уровень загруженности средств размещения по регионам (%)



3.3. ПРОГНОЗ СПРОСА НА 5 ЛЕТ - 2021-2025 ГОДЫ

Анализ спроса за последние годы показывает корреляцию между ростом потока туристов и количеством дней проживания в средствах размещения.

Диаграмма 3.4. Соотношение между потоком иностранных туристов и количеством дней их проживания в средствах размещения в 2016-2019 гг.

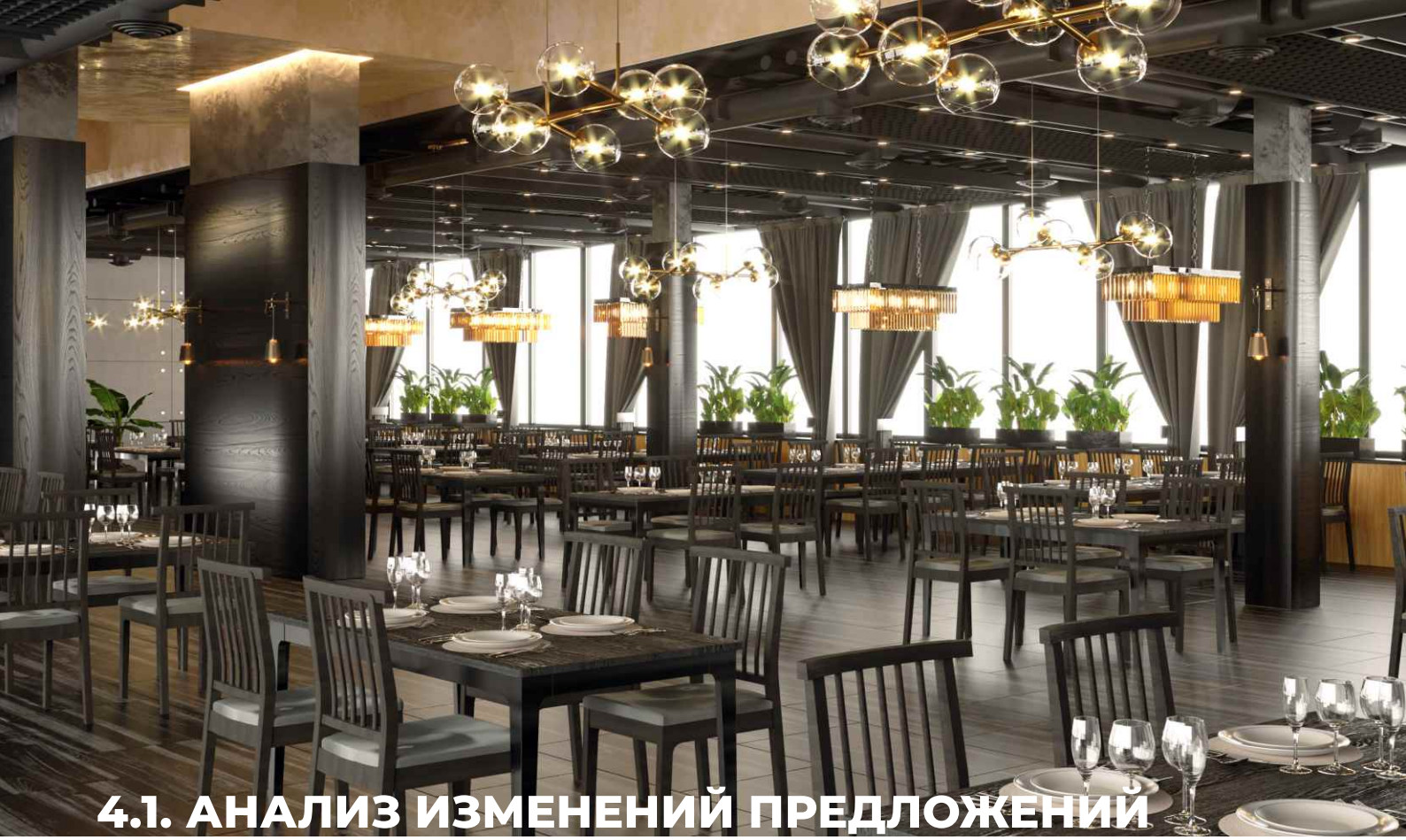
Вместе с тем, отставание темпов роста количества дней проживания от темпов роста потока прибывающих туристов объясняется более низкими темпами роста строительства средств размещения. Это в свою очередь, объясняет нехватку и высокую загрузку (с 62% в 2017 г. до 84% в 2019 г.) средств размещения.

При сохранении данной тенденции к 2025 году количество дней проживания иностранных туристов в средствах размещения увеличатся на 85% – с 3,13 млн до 5,78 млн дней.

Диаграмма 3.5. Прогнозные показатели роста потока иностранных туристов и количества дней проживания в средствах размещения на 2021-2025 гг.

IV. АНАЛИЗ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА В УЗБЕКИСТАНЕ

PALACE



4.1. АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЙ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ – 2015-2019 ГОДЫ

Анализ строительства средств размещения за последние лет показывает устойчивый рост.

Основной фактор роста количества средств размещения является рост количества потока иностранных туристов, что приводит к росту спроса на гостиничном рынке. Так темпы роста количества средств размещения реагируют на темпы роста потока туристов.

Диаграмма 4.1. Тенденция роста туристского потока и количества средств размещения на период 2015-2019 гг.

Вместе с тем, темпы роста создания новых средств размещения несколько отстают от темпов роста количества иностранных туристов.

Так, если в течение последних 4 лет (2016-2019 гг.) количество средств размещения выросло на 58,4% (с 750 до 1188 ед.), в то время как количество потока иностранных туристов – более чем в 3 раза (с 2 млн до 6,7 млн чел.).

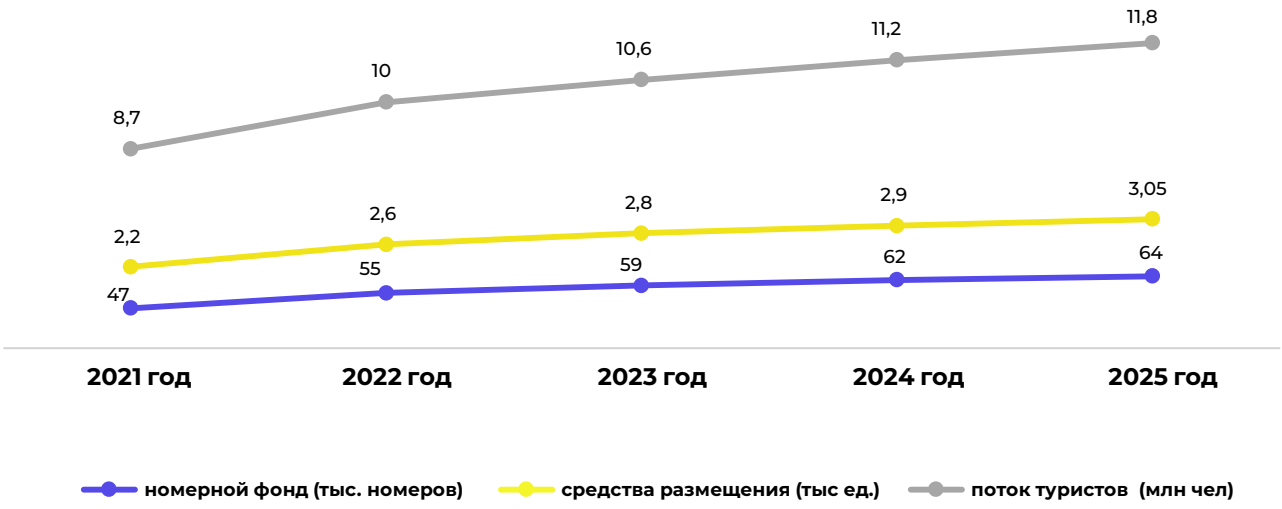
Данное обстоятельство объясняется с высокой стоимостью входа в гостиничный рынок (подробнее в главе V).

4.2. ПРОГНОЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ УСЛУГ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА НА 5 ЛЕТ – 2021-2025 ГОДЫ

Анализ тенденций роста потока туристов, спроса на гостиничные услуги, а также строительства средств размещения за последние годы позволяют прогнозировать темпы роста количества средств размещения на ближайшую перспективу.

Так, сохранение роста потока туристов, а также продолжительности их пребывания (количества дней проживания в средствах размещения) также будут способствовать росту количества средств размещения и соответственно номерного фонда. В частности, к 2025 году прогнозируется увеличение количества средств размещения в 2,5 раза с достижением их общего количества до 3 тыс. единиц.

Диаграмма 4.2. Прогнозные показатели создания новых средств размещения на 2021-2025 гг.



V. АНАЛИЗ СТОИМОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И МЕРЫ ГОСПОДДЕРЖКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

HOTEL INTERCONTINENTAL TASHKENT

5.1. Анализ стоимости организации гостиничного бизнеса, операционных расходов гостиницы, финансовой деятельности и рентабельность в гостиничном бизнесе

Изучение мнений субъектов предпринимательства по организаци гостиничного бизнеса в Узбекистане, показывает, что субъекты предпринимательства оценивают высоким стоимость входа на гостиничный рынок.

В частности, субъекты в 7 регионах оценили стоимость входа на рынок Узбекистан по 3 аспектам – расходы СМР на строительство гостиниц, стоимость оснащения гостиницы, сертификация.

Единогласно высоким отмечается стоимость входа на рынок по расходам на строительно-монтажные работы и строительство гостиниц. Различно оценены предпринимателями стоимость оснащения гостиниц.

В частности, если в Республике Каракалпакстан, Хорезмской, Кашкадарьинской, Андижанской областях данная стоимость оценена высокой, то в городе Ташкент, Самаркандской, Ферганской областях – низкой. Относительно приемлемым оценена стоимость сертификации. Высоко оценили сертификацию лишь в Республике Каракалпакстан. В остальных – на среднем и низком уровнях.

Анализ ценовой политики гостиничных номеров по республике показывает значительную разницу стоимости проживания в различных регионах.

В частности, если стоимость проживания в гостиницах без категорий звезд в Сырдарьинской, Андижанской областях, Республике Каракалпакстан составляет от 100-140 тыс. (10,5-15 долларов) до 300 тыс. сум (32 долларов) за один день, то в таких туристских центрах, как г. Ташкент, Бухарской, Самаркандской, Ферганской областях – от 250-300 тыс. (26-31 долларов) до 800 тыс. сумов (85 долларов).

Наиболее низкая стоимость проживания в хостелах наблюдается в Андижанской, Сырдарьинской, Сурхандарьинской, Кашкадарьинской областях, где цена за один день проживания составляет 50-60 тыс. сум (5-6 долларов). В Самаркандской, Бухарской, Хорезмской областях, а также в г. Ташкент – стоимость одного дня проживания составляет 100 и более тыс. сум (10 и более долларов).

Несколько по-иному выглядит ситуация по ценам на проживание в семейных гостевых домах. В частности, в Бухарской области, являющейся одним из главных туристских центров республики, цена за проживание в семейных гостевых домах составляет от 40 тыс. (4,2 долларов) до 70 тыс. сум (7,3 долларов), что даже ниже цен в Сурхандарьинской области, где стоимость проживания в семейном гостевом доме за один день составляет около 100 тыс. сум (10 долларов). В то же время данные цены в Кашкадарьинской, Самаркандской областях составляют более 160 тыс. сумов (17 долларов). Данная ситуация возможна объясняется большим количеством средств размещения в Бухарской области по сравнению с другим регионами республики (за исключением г. Ташкент). Для сравнения количество средств размещения в Бухарской области более чем в 2 раза больше, чем в Хорезмской области, на 25% – в Самаркандской области.

Аналогично ценам на гостиничные услуги, существенная разница между регионами наблюдается и в длительности периода окупаемости стоимости гостиничного хозяйства.

В частности, средняя продолжительность периода окупаемости гостиниц в городе Нукус, Хива составляет около 60 месяцев, городе Ташкент – 40 месяцев. В таких городах как Фергана, Андижан – около 100 месяцев.

В отдельных случаях период окупаемости также разнится в зависимости от объема номерного фонда. В частности, если окупаемость гостиницы в городе Нукус с номерным фондом 20 номеров составляет 60 месяцев, то для гостиницы с номерным фондом в 60 номеров данный период составляет 48 месяцев. Аналогичную ситуация, когда продолжительность периода окупаемости сокращается с увеличением номерного фонда гостиницы наблюдается и в Хорезмской области.

Таблица 5.1. Информация об операционных расходах средств размещения

тыс. сум (1 доллар – 9 500 сум)

Статья расходов	**Гостиница без звезд(номерной фонд– 20 комнат)**	**Гостиница с 3-х звезд(номерной фонд– 20 комнат)**	**Хостел (вместимость – 30 мест)**
затраты на оплату труда	19 000	24 700	11 200
моющие средства и расходные материалы	2 250	3 370	2 247
затраты на завтрак	11 700	17 550	
коммунальные платежи и налоги	8 408	9 432	6 500
прочие расходы	21 264	25 600	18 720
Всего расходов:	**62 622**	**80 652**	**38 667**
себестоимость 1 номера/места	**104**	**134**	**43**

Таблица 5.2. Информация о рентабельности средств размещения

тыс. сум (1 доллар – 9 500 сум)

	Гостиница без звезд (номерной фонд–20 комнат)	**Гостиница с 3-х звезд (номерной фонд–20 комнат)**	**Хостел (вместимость - 30 мест)**
Всего доход за 1 месяц при 75% загрузке	68 175	88 628	54 000
Стоимость одного номера / мест	114	148	60
Себестоимость одного номера / мест	104	134	43
Чистый доход из одного номера	**9**	**13**	**17**

Таблица 5.3. Информация об рентабельности средств размещения

окупаемость в месяцах

№	Регионы	Гостиница без звезд (номерной фонд– 20 комнат)	Гостиница с 3-х звезд (номерной фонд – 20 комнат)	Хостел (вместимость – 30 мест)
1	Республика Каракалпакстан	*60*	*55*	*55*
2	Андижанская область	*84*	*75*	*75*
3	Бухарская область	*50*	*45*	*45*
4	Джизакская область	*80*	*70*	*70*
5	Кашкадарьинская область	*70*	*65*	*65*
6	Самаркандская область	*50*	*45*	*45*
7	Навоийская область	*120*	*110*	*110*
8	Намангаская область	*120*	*110*	*110*
9	Сырдарьинская область	*200*	*180*	*180*
10	Сурхандарьинская область	*70*	*65*	*65*
11	Ташкентская область	*65*	*60*	*60*
12	Ферганская область	*120*	*110*	*110*
13	Хорезмская область	*60*	*55*	*55*
14	городТашкент	*50*	*45*	*45*

5.2. ОБЗОР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В УЗБЕКИСТАНЕ

Стимулирование и поддержка увеличения количества гостиниц является одним из самых актуальных задач, стоящих перед сферой на ближайшую перспективу.

Следует отметить, что темпы роста объектов туристкой инфраструктуры пока отстают от темпов роста прибывающих иностранных туристов. Так, если в 2018 году рост количества туристов составило практически **100%**, то темпы роста количества номерного фонда не превышало **9%.**

Для ускоренного удовлетворения спроса иностранных туристов на гостиничные места и диверсификации услуг по размещению осуществлены следующие меры:

- упрощены требования к организации работы хостелов (низкобюджетное средство размещения) с отменой обязательной сертификации гостиничных услуг хостелов, с установлением требования их внесения в реестр гостевых домов и хостелов;

- совместно с ООО «Кишлоккурилишлойиха», исходя из опыта строительства малых гостиниц Турции и Южной Кореи, разработаны всего **8 типовых проектов** с мощностью **8 (2-х видов), 16, 26, 32, 40 (2-х видов) и 50 номеров;**

Справочно: стоимость разработки типового проекта гостиницы в среднем составляет 150 млн. сум. Данные типовые проекты предоставляются инвесторам и предпринимателям на безвозмездной основе. В течение рассматриваемого периода указанные проекты был предоставлены **400 предпринимателям на безвозмездной основе, 25** *из них реализуются.*

- постановлением Кабинета Министров РУз от 27.05.2019 г. №433 принято положение, в соответствии с которым затраты инвесторов по строительству новой

гостиницы частично компенсируются за счет средств Государственного бюджета:

40 млн сумов за каждый номер в гостиницах с категорией 3 звезды;

65 млн сумов за каждый номер в гостиницах с категорией 4 звезд;

Для обеспечения прозрачности и объективности выделения компенсации подписано соглашение о привлечении «KPMG Audit» и «Ernst & Young» в процесс оценки субсидируемых гостиниц.

- упрощены и отменены ряд требований в деятельности гостиниц, в частности отменены требования получения:

разрешительного свидетельства отдельно на каждую торговую точку и объект общественного питания, осуществляющие продажу постояльцам алкогольной продукции;

лицензии на оказание транспортных услуг для своих постояльцев по трансферу из аэропорта,

железнодорожного/автовокзала

в отель и обратно, а также на туристические объекты.

5.3. ОПИСАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

В целях коренного повышения эффективности проводимых реформ по формированию благоприятных экономических условий и предпосылок для развития национальной сферы туризма утверждена Концепция развития сферы туризма в период **до 2025 г**., которым определены приоритетные направления развития сферы туризма в стране до 2025 года. Концепцией определены основные направления развития сферы для превращения его в стратегическую отрасль. Эти направления включают следующие:

а) Совершенствование нормативно-правовой базы. В этом направлении были разработаны и приняты около **60** нормативных актов, в частности, в новой редакции был принят основной документ сферы Закон «О туризме».

б) развитие туристской инфраструктуры. Основное внимание уделяется созданию удобств для развития предпринимательства посредством упрощения их деятельности, развитию государственно-частного партнерства. Например, Для стимулирования предпринимательской деятельности в туристкой отрасли учреждены налоговые и таможенные льготы для строительства и организации деятельности гостиничных хозяйств, тематических парков, при ввозе автотранспортных средств туристского класса и другие, всего **33** льгот и преференций.

Или же для широкого привлечения иностранных инвесторов в туристскую отрасль принимаются механизмы государственно-частного партнёрства, стимулирующие вклад инвестиций в развитие объектов туристской инфраструктуры. В частности, затраты инвесторов по строительству новой гостиницы, а также роялти организаций по использованию известных и престижных мировых гостиничных брендов частично компенсируются за счет средств Государственного бюджета:

в) развитие транспортной логистики. В этом направлении основной упор делается на развитие системы перевозок пассажиров, повышение его конкурентоспособность. В частности,

- с 1 октября 2019 года, внедрен режим «Открытого неба» в международных аэропортах «Карши», «Ургенч», «Термез» и «Бухара»;

- расширены полномочия АО **«Uzbekistan Airports»**, **которому предоставлено право** самостоятельно устанавливать виды и ставки за аэропортовские услуги, модернизировать и увеличивать ёмкость аэропортов для хранения авиатоплива и ГСМ, право заключения прямых договоров с местными и иностранными поставщиками на приобретение авиатоплива и ГСМ, а также на их реализацию местным и иностранным авиакомпаниями»;

- **создается туристский транспортный коридор «Туристская магистраль Узбекистана»** от города Ханабада Андижанской области до города Муйнака Республики Каракалпакстан с развитием придорожной инфраструктуры;

г) диверсификация туристских услуг. Исходя из высокого потенциала Узбекистана для развития новых видов туризма и диверсификации туристских услуг предпринимаются ряд мер:

- инициативы субъектов предпринимательства по реализации инновационных бизнес-идей и стартапов для туризма

- внедряется механизм **«REBATE»** – часть затрат зарубежных кинокомпаний при создании аудиовизуальной продукции (кино-, теле- и видеофильмов, клипов, мультфильмов, аниме) на территории Узбекистана компенсируется за счет средств Государственного бюджета Республики Узбекистан (в размере до **20 процентов**);

- часть затрат туроператоров или авиаперевозчиков по организации чартерных рейсов в Узбекистан компенсируется в размере 20 долларов США, а в период зимнего сезона (с 20 ноября по 20 февраля) в размере 50 долларов США за каждого иностранного туриста и др.;

- создание в регионах «**Туристская махалля», «Туристский кишлак» или «Туристский аул»;**

д) укрепление кадрового потенциала:

- на базе ГУП «Учебно-консалтинговый центр» создан **Институт развития туризма при Госкомтуризме**, с определением его главных задач осуществление научно-исследовательской деятельности в сфере туризма, совершенствование системы подготовки кадров для туристской отрасли, организация переподготовки и повышения квалификации работников сферы туризма, выдача квалификационного сертификата гидам, экскурсоводам и инструкторам-проводникам на основе единой системы тестирования.

- планируется **расширение количества кафедр и факультетов по специализации «туризм»** в ведущих образовательных учреждениях республики.

ИНСТРУКЦИЯ ПО ОТКРЫТИЮ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1

1. Выбор типа средств размещения

Определяться с форматом гостиницы необходимо с учетом особенностей той местности, где она будет стоять, а также потенциальной категории клиентов. Наиболее целесообразным могут стать такие варианты, какие популярны в Узбекистане:

гостиница (отель) – предприятие, предоставляющее размещение, и в большинстве случаев, услуги питания, имеющее службу приема (регистрацию) и оказывающее дополнительные услуги;

хостел – самый бюджетный и очень популярный у туристов, а также наименее затратный и быстро окупаемый для владельца вариант в формате общежития с номерами, вмещающими до 20 человек, общей кухней и санузлом на этаже (плюс зона отдыха по желанию);

мотель – тоже бюджетный тип гостиницы, располагаемый в придорожной зоне, рассчитанный на кратковременный отдых автотуристов и оборудованный неприхотливой мебелью с необходимым минимумом удобств;

гостевой дом (гестхаус) – небольшое частное предприятие семейного типа, предлагающее проживание «в гостях» с домашним обслуживанием и приготовлением пищи, поэтому требующее лишь небольшого переоборудования собственного дома;

спа-гостиница – гостиница с собственными лечебно-оздоровительными процедурами, расположенная в спа-курорте, предназначенная для качественного отдыха и развлечения, что предполагает наличие ресторана, бассейна, спортзала, сауны и других подобных сервисов;

бизнес – гостиница – ориентирован на решение деловых вопросов, ведение переговоров, организацию встреч, семинаров и других подобных мероприятий, связанных с необходимостью наличия конференц-залов с соответствующей оргтехникой, ресторанов и престижно оборудованных номеров.

апартотел – гостиница, представляющая размещения в студиях и апартаментах.

Выбор того или иного формата зависит от имеющегося стартового капитала и целесообразности открытия в выбранной местности. Наименее затратными по начальным инвестициям считаются гостевые дома, мотели и хостелы, а курортные и бизнес гостиницы требуют крупнейших вложений, что связано с длительным сроком окупаемости и высокими рисками.

2. Подбор здания, помещения или участка для создания средства размещения

а) варианты расположения

Правильная локация считается одним из основных условий прибыльности проекта. При выборе месторасположения средства размещения должны учитываться несколько факторов:

при организации хостелов с целью удешевления стоимости проживания лучше выбирать окраины города;

если предполагается принимать автотуристов среднего класса, то мотель должен стоять вдоль магистральных линий:

для иностранцев и бизнес-гостей необходима гостиница в центральной или аналогичной части города с хорошей транспортной развязкой.

апартотелей обычно выбирают туристы, которые остаются в одном месте долго с семей, или маленькой группой. По этому такой вид гостиничных услуг надо предлагать вблизи крупных производственных объектов, или в центральной или аналогичной части города с хорошей транспортной развязкой.

Чтобы определить конкретный участок на территории города, который оптимально подойдет для расположения средства размещения, следует проанализировать нижеуказанные факторы, влияющие на поток клиентов:

состояние инфраструктуры;

наличие конкурентов;

удобство для постояльцев.

Из всех возможных вариантов наиболее привлекательным может стать расположение средства размещения:

в центре или деловой части города;

рядом с основными достопримечательностями;

возле пунктов пассажирских перевозок (вокзалов, аэропортов и т.п.);

у береговой линии водных объектов;

вдоль автомобильной трассы, у автозаправки.

При этом важно учитывать сочетаемость формата, целевой аудитории и местоположения гостиницы.

б) выбор здания

При выборе или перепланировке помещения надо учесть требования, предъявляемые к средствам размещения любого типа:

на одного постояльца должно приходиться (1) не меньше 6 кв.м. для средства размещения круглогодичного функционирования и (2) 4,5 кв.м. площади для средства размещения сезонного функционирования;

здание должно быть:

электрифицировано;

подключено к водопроводной и канализационной системам;

оборудовано вентиляцией и мусоросборниками;

отопительная система.

кабинеты администрации должны располагаться отдельно от номерного фонда.

При наличии достаточных стартовых инвестиций можно организовать строительство отеля с нуля. Но из-за слишком больших временных и финансовых затрат в наши дни чаще всего выполняется ремонт и перепланировка уже готового помещения.

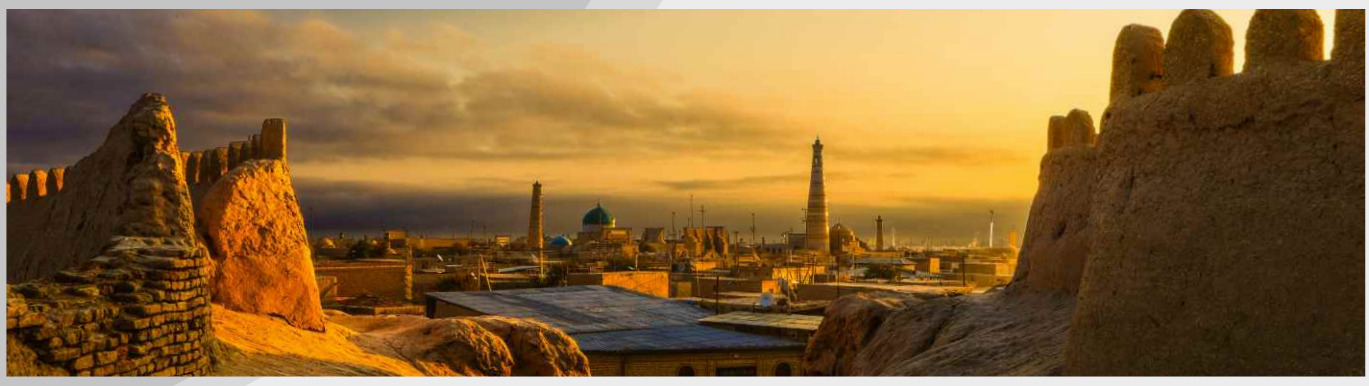
3. РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА

Для легального ведения гостиничного бизнеса необходимо зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя или создать общество с ограниченной ответственностью, также можно создать семейное предприятие. Выбор в пользу ИП или ООО зависит от масштабов предприятия, но практически во всех случаях, кроме строительства крупной бизнес гостиницы, можно ограничиться оформлением физического лица – предпринимателя. Создание семейного предприятия также имеет много преимуществ, здание можно не перевести на нежилое помещение.

а) особенности налогообложения

При выборе системы налогообложения следует учитывать некоторые особенности каждой:

№	Вид налогообложения	Виды и ставки налогов и обязательных платежей
1.	Средства размещения с оборотом в год свыше 1 млрд сум	а) налог на прибыль –12%
		б) НДС –15%
		в) налог на имущество – 2%
		г) земельный налог – по установленной ставки зоны в который расположен земельный участок
		д) размер налога за пользование водными ресурсами ежегодно устанавливается законом Республики Узбекистан *(в 2020 г. за 1 м³ – поверхностные источники 140 сум и подземные источники 170 сум)*
		е) налог на доходы физических лиц – 12%
		е) единый социальный платеж – 12%
2.	Средства размещения с оборотом в год меньше 1 млрд сум	единый налоговый платеж – 4%
		е) налог на доходы физических лиц – 12%
		е) единый социальный платеж –12%
3.	Семейные предприятия, индивидуальный предприниматель (гостевые дома)	фиксированный налог по отдельным видам предпринимательской деятельности, устанавливается законом Республики Узбекистан. В 2020 г. за 1 месяц: г. Ташкент – 225 тыс. сум; г. Нукус и другие центры областей – 150 тыс. сум; другие населенные пункты – 50 тыс. сум.



б) необходимые документы

В целом, организация гостиничного бизнеса требует прохождения не только регистрации, но и ряда согласований, комиссий и других процедур. В результате у владельца, например, для получения сертификата должны быть в наличии следующие документы:

регистрационное свидетельство;

подтверждение о взятии на налоговый учет;

арендное соглашение или правоустанавливающий акт на недвижимость;

техпаспорт и другие документы на здание;

документ о регистрации кассового аппарата в ГНИ;

разрешения пожарной инспекции, СЭС (в зависимости от средства размещения);

договоры с обслуживающими, охранными и коммунальными организациями;

сведения о персонале заявителя, имеющих образование и/или квалификационные сертификаты в области туризма, согласно требованиям нормативных документов

копии заключений и актов уполномоченных органов надзора (за пожарной и санитарно-гигиенической безопасностью, а также при наличии, безопасной эксплуатацией газовых установок и лифтового оборудования)

правоустанавливающие документы на недвижимое имущество, в том числе договор аренды такого имущества;

план действий персонала заявителя при возникновении чрезвычайных ситуаций в процессе оказания гостиничных услуг;

копии договоров с соответствующими службами по обеспечению безопасности гостей и качества обслуживания (о дезинфекции, о техобслуживании системы пожарной сигнализации и лифтов);

копии медицинских книжек работников службы горничных и пунктов питания;

информационные материалы о порядке предоставления и правилах пользования гостиничными услугами.

Осуществление деятельности гостиничного бизнеса можно только с получением сертификата. Получение лицензии отменена.

Перечень может быть дополнен и другими документами, необходимыми при осуществлении определенных направлений деятельности (например, лицензией на торговлю алкогольными напитками).

в) работа по франшизе

Франчайзинг в гостиничном бизнесе считается одним из лучших вариантов для старта, но только при открытии крупной курортной или бизнес-гостиницы. При покупке франшизы в договорном соглашении прописывается:

количество номеров;

набор предлагаемых услуг;

платежи за использование имущества;

роялти.

Начальный взнос варьируется в пределах 5000–45000 долл. США. Эта сумма обычно дополняется ежемесячной платой в размере 2–5% от доходов. Зато франшиза позволяет получить готовую бизнес–модель и стать частью известного бренда, что обеспечивает значительное увеличение прибыли.

Также преимущества использовании известных брендов в том, что они включают тренинг и обучение персонала.

г) проведение ремонта, обустройства или строительства

Вопросы, связанные с обустройством здания, можно начинать решать одновременно с прохождением регистрации. Это позволит быстрее завершить подготовительный этап и начать свою деятельность.

Внутреннее обустройство и меблировка определяется форматом средства размещения. Роскошное убранство, необходимое для «фешенебельной» бизнес–гостиницы, абсолютно не подойдет для хостела, причем не столько по стоимости, сколько по концепции.

В любом случае каждый номер должен быть обставлен необходимой для проживания мебелью. Наличие санузла определяется уровнем номерного фонда, поэтому он может находиться в номере или на этаже.

Кроме того, для поддержания конкурентоспособности необходимо учитывать некоторые тонкости, которые обеспечат создание приятной для постояльцев атмосферы и создадут положительную репутацию средства размещения. Для этого нужно обратить внимание на этапе открытия, а затем постоянно контролировать следующие моменты:

наличие питьевой воды в холле (лучше всего для этого подходит кулер);

поддержание чистоты в номерах, коридорах и во всех остальных помещениях вплоть до подсобных;

опрятность и вежливость персонала, который является главной визитной карточкой любой гостиницы.

В каждом номере желательно наличие комнатных растений, картин и другого подходящего декора.

д) подбор персонала

Фраза «кадры решают все» в гостиничном бизнесе актуальна, как нигде больше. От того, насколько качественное обслуживание получит клиент, зависит, обратится ли он сюда повторно или в следующий раз будет искать другое место. К тому же именно из отзывов постояльцев формируется репутация отеля, поэтому, обслужив плохо одного, можно считать, что потеряли десятки других потенциальных жильцов. По этой причине при подборе сотрудников наряду с профессиональными навыками нужно уделять внимание характеру и внешнему виду кандидатов.

Основа кадрового состава формируется из следующих сотрудников:

управляющий – отвечает за организацию всей работы;

администратор – занимается размещением постояльцев и решает все, связанные с этим вопросы от бронирования до расчета;

горничная – поддерживает чистоту во всех помещениях; охранник – обеспечивает охрану и безопасность;

технический работник – устраняет неполадки, ремонтирует мебель и оборудование.

Повар – гастрономия-основной фактор туризма. Поэтому многое зависит от предлагаемого питания.

Официанты - важный элемент обслуживания

Также нужен бухгалтер и делопроизводитель, но их можно взять по трудовому договору. При обустройстве точек питания потребуется подбирать персонал с соответствующей квалификацией. Если доход гостиницы сильно зависит от сезонности, работников лучше нанимать временно, а на постоянной основе держать минимальный штат.

4. РЕКЛАМИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ

Если половину успеха обеспечивает правильно подобранный персонал, то вторую половину – грамотный маркетинг. Не стоит забывать, что основная целевая аудитория в гостиничном бизнесе – это иногородние или иностранные граждане, которые осуществляют поиск подходящих для проживания гостиниц в Интернете. Поэтому основные усилия в рекламе должны быть направлены именно на эту сферу.

Для этого необходимо:

добавить свою гостиницу в системы онлайн-бронирования **«Booking.com», «Tripadvisor», «Ostrovok.ru», «Hotels.com».** За их услуги вам придется платить, к примеру, на «Booking.com» 15% за оплаченное бронирование;

добавить адрес гостиницы в навигаторы и картографические сервисы. Инструкция по добавлению;

создать собственный сайт с фотогалереей, подробным описанием услуг и акцентом на преимуществах;

аналогичные страницы в социальных сетях;

использовать контекстную рекламу «Google Adwords» и «Яндекс.Директ».

Сайт имеет смысл создавать только с функцией бронирования. Существуют CRM-системы для гостиниц, которые предоставляют сайт с подобной функцией. Например, такой CRM является «MaxiBooking». Помимо сайта она еще и имеет возможность интеграции с Booking.com, что максимально упрощает работу и исключает случаи с двойным бронированием.

Все ресурсы должны быть актуальными и постоянно обновляться. На них можно публиковать интересные факты о местности расположения отеля, акции и новости о скидках. Также следует зарегистрироваться на различных сервисах по бронированию, в туристических каталогах и других подобных сайтах.

Кроме того, нужно использовать и все остальные возможности рекламы, включая:

размещение информации в СМИ, особенно в тематических изданиях и путеводителях;

установку баннеров и билбордов вблизи авто-, аэро- и железнодорожных вокзалов, а также рекламных щитов вдоль дороги с указанием направления и расстояния до отеля;

проведение всевозможных акций, желательно с привлечением масс-медиа; раздачу листовок возле вокзалов, в других местах скопления людей.

Лучше не ограничиваться одним мероприятием, а организовывать рекламу комплексно, чтобы охватить самую разнообразную аудиторию.

Надо помнит, что лучшая реклама — это рекомендация постояльцев, которых у вас проживали. Поэтому обслуживание, чистота, комфорт должно быт наивысшем уровне.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 2

ЛЬГОТЫ И ПРЕФЕРЕНЦИИ ДЛЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

1. Предприятиям, **привлекающим прямые частные иностранные инвестиции и специализирующиеся на оказании гостиничных услуг**, освобождаются от уплаты налога на прибыль юридических лиц, налога на имущество, налога на благоустройство и развитие социальной инфраструктуры, единого налогового платежа для микрофирм и малых предприятий, а также обязательных отчислений в Республиканский дорожный фонд, при объеме прямых частных иностранных инвестиций:

от 300 тыс. долларов США до 3 млн. долларов США - сроком на 3 года;

свыше 3 млн. долларов США до 10 млн. долларов США - сроком на 5 лет;

свыше 10 млн. долларов США - сроком на 7 лет.

2. Гостиницы и другие средства размещения сроком до 1 января 2022 года освобождаются от уплаты таможенных платежей (кроме сборов за таможенное оформление) за ввозимые оборудование, технику, сырье, комплектующие изделия и запасные части, строительные и другие материалы (в том числе мебель и инвентарь) **для строительства, реконструкции и оснащения гостиниц и других средств размещения** по перечням, утверждаемым в установленном порядке.

3. Юридические лица освобождаются сроком на 5 лет от уплаты налога на прибыль, земельного налога и налога на имущество, а также единого налогового платежа юридических лиц **при вводе ими в эксплуатацию гостиниц и мотелей уровня не менее 4-х звезд**, сертифицированных в установленном порядке.

4. **Часть затрат инвесторов на строительство и оснащение новой гостиницы компенсируется** за счет средств Государственного бюджета Республики Узбекистан, при условии ее сдачи в эксплуатацию до 1 января 2022 года с номерным фондом не менее 50 номеров для категории 3 звезды и не менее 100 номеров для категории 4 звезды после подтверждения категории гостиницы. При этом сумма финансирования из Государственного бюджета части затрат инвесторов составляет:

40 млн сумов за каждый номер в гостиницах с категорией 3 звезды;

65 млн сумов за каждый номер в гостиницах с категорией 4 звезды.

5. **Роялти организаций – резидентов Республики Узбекистан по использованию известных и престижных мировых гостиничных брендов** (согласно рейтингам топ-50 гостиничных брендов) в течение трех лет с момента вступления в силу контракта о франчайзинге частично финансируется за счет средств Государственного бюджета в следующих объемах:

первые 50 гостиниц с категорией 3 звезды — ежегодно в эквиваленте по 200 долларов США за номер для каждой гостиницы;

первые 30 гостиниц с категорией 4 звезды — ежегодно в эквиваленте по 400 долларов США за номер для каждой гостиницы.

При этом, общий объем финансирования роялти организаций составляет в эквиваленте не более 10 миллионов долларов США.

6. Освобождаются сроком до 1 января 2022 года:

гостиниц – от уплаты единого социального платежа фонда оплаты труда **квалифицированных иностранных специалистов, привлеченных в качестве управленческого персонала;**

доходов **квалифицированных иностранных специалистов, приглашаемых в качестве управленческого персонала гостиниц,** – от уплаты налога на доходы физических лиц.

7. Юридические лица, оказывающие **туристские услуги по организации кемпингов и сафари-туризма в труднодоступных отдаленных местностях** (не менее 10 километров от населенных пунктов или 5 километров от автомобильных дорог с твердым покрытием), освобождается сроком до 1 января 2023 года от уплаты налога на прибыль, земельного налога и налога на имущество, а также единого налогового платежа по данному виду деятельности при условии создания автономной инфраструктуры.

8. Субъекты предпринимательской деятельности в сфере туризма сроком до 1 января 2022 года освобождаются от уплаты таможенных платежей (кроме сборов за таможенное оформление) за ввозимые на территорию Республики Узбекистан **транспортные средства туристского класса**, предназначенные для перевозки 8 и более человек, включая водителя.

UZBEKISTAN

UZBEKISTAN