



ОСОБЕННОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ

Улугбек Хусанович Каландаров

доцент кафедры «Экономика и инженерные науки» Самаркандского кампуса Экономико-педагогического университета.

ORCID: 0009-0005-9549-2507

Нодир Аллаёрович Анваров

Старший преподаватель кафедры «Экономика и инженерные науки» Самаркандского кампуса Экономико-педагогического университета.

ORCID: 0009-0004-2374-3066

MAQOLA HAQIDA	АННОТАЦИЯ
Qabul qilindi: 6-noyabr 2025-yil Tasdiqlandi: 10-noyabr 2025-yil Jurnal soni: 16-B Maqola raqami: 7 DOI: https://doi.org/10.54613/ku.v16i.1292 KALIT SO'ZLAR/ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА/ KEYWORDS гостиничное хозяйство, индустрия гостеприимства, туристические услуги, качество обслуживания, эффективность.	В статье рассматриваются особенности становления и современного состояния гостиничного хозяйства в Республике Узбекистан. Раскрывается историческое развитие предприятий индустрии гостеприимства, начиная с караван-сараев и постоянных дворов до современных гостиничных комплексов. Проведен анализ структуры и классификации средств размещения, определены основные типы гостиниц, действующих в стране. Особое внимание уделено вопросам организации обслуживания, требованиям к персоналу и роли качества предоставляемых услуг в повышении конкурентоспособности гостиничного бизнеса. Выявлены ключевые факторы, влияющие на эффективность деятельности гостиничных предприятий, и обозначены перспективные направления их развития в условиях роста туристического потенциала Узбекистана. Результаты исследования могут быть использованы при разработке стратегий управления гостиничным бизнесом и совершенствовании системы подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства.

Введение. Современный туристский рынок можно охарактеризовать как крупный самостоятельный хозяйственный комплекс, который состоит из групп отраслей и предприятий, деятельность которых направлена на удовлетворение разнообразных и постоянно растущих потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий в свободное время.

Высшей целью любой туристской компании является достижение коммерческого успеха, что предполагает получение максимального результата при минимуме затрат. Все планирование, осуществляемое на предприятии или в туристской компании, разрабатывается с целью получения прибыли для каждой компании отдельно, учитывая всю специфику бизнеса.

Цель исследования — определить особенности развития гостиничного хозяйства в Узбекистане и оценить его современное состояние.

Объект исследования — гостиничное хозяйство как элемент туристической инфраструктуры Узбекистана.

Предмет исследования — организационно-экономические особенности функционирования гостиничных предприятий.

Задачи исследования включают. Анализ структуры гостиничного хозяйства, выявление факторов конкурентоспособности и определение направлений его совершенствования.

Индустрии туризма и гостеприимство является высокодоходной и инфраструктурной сферой экономики.

Наша Республика считается одним из центров туризма в Центральной Азии. Туристическая привлекательность современного Узбекистана объясняется наличием природных и других культурных ресурсов, которые пользуются спросом со стороны иностранных туристов: горные вершины и реки, имеющие огромное значение для развития активного вида туризма; пустыни и заповедники, богатые разными видами животных и растений (иногда встречающихся только в Узбекистане); минеральные источники с целебной водой, в большинстве своем не имеющей аналогов в мире; традиции прикладного искусства и самобытная культура, с которыми можно познакомиться только в Узбекистане. В связи с этим грамотное использование этих ресурсов способствовало развитию в Республике практически всех видов туризма.

Обзор литературы. Вопросы развития гостиничного хозяйства и индустрии гостеприимства рассматриваются в трудах как отечественных, так и зарубежных исследователей. В современных условиях особое внимание уделяется взаимосвязи между развитием туризма, инвестиционной активностью и качеством предоставляемых услуг.

Развитие гостиничного хозяйства в Узбекистане и повышение его эффективности находятся в центре внимания как отечественных, так и зарубежных исследователей.

Нормативно-правовые основы отрасли сформированы в последние годы, что создало благоприятные условия для привлечения инвестиций и повышения качества обслуживания. В частности, Закон Республики Узбекистан «О гостиничных услугах»¹ и Постановление Кабинета Министров № 309 от 5 июня 2023 г. «О дальнейшем развитии туристско-гостиничной инфраструктуры»² направлены на модернизацию гостиничной индустрии, создание условий для частного предпринимательства и внедрение современных стандартов обслуживания.

В отчётах Государственного комитета по развитию туризма (2024)³ отмечается, что в стране наблюдается устойчивый рост числа гостиниц и увеличение туристического потока, особенно в исторических центрах — Ташкенте, Самарканде, Бухаре и Хиве.

Важный вклад в изучение инфраструктурных аспектов отрасли внесён отечественными исследователями.

Так, Мухитдинов З. Б.⁴ подробно рассматривает развитие туристической инфраструктуры Узбекистана и подчеркивает необходимость комплексного подхода к повышению качества гостиничных услуг.

Рахимов Ш. А.⁵ анализирует современные тенденции гостиничного бизнеса, выделяя влияние рыночных факторов, уровня сервиса и маркетинговых инструментов на конкурентоспособность предприятий.

Анваров Н. А.⁶ обращает внимание на финансовые механизмы и инструменты поддержки агротуризма, что имеет важное значение и для развития гостиничной индустрии, особенно в регионах, где агротуризм и гостеприимство тесно связаны.

В трудах зарубежных и российских авторов особое внимание уделяется вопросам стратегического менеджмента и конкурентных преимуществ предприятий.

¹ Закон Республики Узбекистан «О гостиничных услугах» от 10.12.2020 г. № ЗРУ-653.

² Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 5 июня 2023 г. № 309 «О дальнейшем развитии туристско-гостиничной инфраструктуры».

³ Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма. Отчёт о состоянии туристической отрасли за 2023 год. — Ташкент: Госкомтуризм, 2024.

⁴ Мухитдинов З. Б. Развитие туристической инфраструктуры в Республике Узбекистан. — Ташкент: Университет мировой экономики и дипломатии, 2023. — 248 с.

⁵ Рахимов Ш. А. Современные тенденции развития гостиничного бизнеса в Узбекистане. — Самарканд: СамГУ, 2022. — 156 с.

⁶ Анваров Н. А. Анализ финансовых инструментов и механизмов поддержки агротуризма в Самарканде. Журнал экономики и туризма (BAK), 2024.

Азоев Г. Л. и Челенков А. П.⁷ подчёркивают значимость стратегического подхода к управлению конкурентоспособностью гостиничных предприятий и внедрению маркетинговых технологий.

Афонин И. В.⁸ рассматривает инновации и инвестиции как ключевые элементы развития современного предприятия, а Беляевский И. К.⁹ и Голубков Е. П.¹⁰ выделяют роль маркетинговых исследований в анализе потребностей клиентов и формировании эффективных стратегий обслуживания.

Григорьев М. Н.¹¹ и Каменева Н. Г., Полякова В. А.¹² развивают идеи интеграции маркетингового подхода и качества услуг в сфере сервиса и гостеприимства.

Особое значение имеет международный опыт стандартизации гостиничных услуг.

Согласно исследованиям Всемирной туристской организации (UNWTO)¹³, унификация систем классификации отелей и внедрение единых стандартов обслуживания способствуют повышению доверия туристов и формированию конкурентоспособного национального туристического бренда. Эти принципы находят отражение и в развитии гостиничного хозяйства Узбекистана, где наблюдается постепенное внедрение цифровых решений, повышение квалификации персонала и развитие системы сертификации услуг.

Методы исследования. В исследовании использовались аналитико-описательный метод — для изучения исторического развития гостиничного хозяйства, сравнительный анализ — для сопоставления типов гостиничных предприятий и стандартов обслуживания, системный подход — для выявления взаимосвязей между качеством услуг, управлением персоналом и эффективностью гостиничного бизнеса. Также применялись методы обобщения и классификации для систематизации видов средств размещения и контент-анализ нормативных документов и статистических данных, отражающих текущее состояние гостиничного сектора Узбекистана.

Возникновение и развитие гостиничного хозяйства тесно переплетено с историей развития общества. Первые гостевые предприятия - прообразы современных гостиниц, как и сама профессия по обслуживанию путешествующих людей, возникли в далеком прошлом - более чем за 2 тыс. лет до н.э. - в древневосточной цивилизации.

В более позднюю эпоху римляне строили специальные здания, отведенные для путешествующих по государственным надобностям. Эти здания, расположенные вдоль главных дорог, можно считать прообразами постоялых дворов.

Огромную роль в появлении предприятий гостеприимства сыграло развитие торговых связей на Ближнем Востоке, в Азии и Закавказье. По территории этих регионов проходили крупнейшие торговые пути, по которым двигались караваны с товаром. Для организации ночлега путешественников вдоль торговых путей создавались специальные пункты размещения - караван-сарай (помещения для пребывания и отдыха путников), включающие, как правило, помещения для людей и загон для верблюдов и лошадей. Все это было окружено высокой стеной, защищавшей от ветра, дождя, бури, а также от грабителей и разбойников.

В средние века на развитие предприятий гостеприимства существенно повлияли религиозные традиции. В этот период множество людей совершали паломничество к святым местам, а пристанище путники искали, прежде всего в монастырях и аббатствах. Религиозные центры обязывали мечети и монастыри оказывать приют паломникам - кормить и организовывать для них ночлег.

Предоставляемые монастырями бесплатные услуги путешествующим сдерживали развитие частных предприятий размещения. Впрочем, постоялые дворы уже были, и количество их росло, но пока они предлагали только кров - без стола.

Слово "гостиница" появилось в XVIII в. во Франции первоначально гостиницей именовали многоквартирное здание, в

котором квартиры сдавались на месяц, на неделю и даже на один день.

В конце XIX - начале XX в. в крупных городах Европы и Америки появились роскошные (пятизвездочные в современной терминологии) гостиницы, рассчитанные на удовлетворение спроса со стороны новых миллионеров и старой знати, для которых путешествия стали модным время-препровождением.

Гостиничный комплекс - это гостиничное предприятие с определённым набором основных, дополнительных и сопутствующих услуг.

Гостиничные услуги должны максимально удовлетворять требованиям, желаниям потребителей по таким критериям, как классность гостиниц, их вместимость, месторасположение, культура обслуживания, специализация в зависимости от сегментов рынка.

В понятие "процесс развития гостиничных услуг" входит: маркетинговые исследования гостиничных услуг, повышение уровня обслуживания, обучение, переобучение и повышение квалификации персонала.

Гостиничные предприятия - сектор сферы услуг, специализирующихся на предоставлении временного проживания в средствах размещения - предприятиях, оказывающих услуги размещения. Такими предприятиями могут быть гостиницы, мотели, кемпинги, турбазы, пансионаты и т.д.

Гостиничное хозяйство - это одно из основных звеньев системы туристско-экскурсионного обслуживания. Среди комплекса услуг, предоставляемых туристу во время путешествия, гостиничное обслуживание занимает центральное место. Размещение, предоставление временного жилья с определенным набором других услуг входят как основная часть в любую туристскую программу, в каждый тур.

При рассмотрении гостиничных услуг выделяют три уровня услуг:

отдельные услуги и группы услуг;

- продукт "гостиница" как комплекс услуг;
- продукт "гостиница" как комплекс услуг + дополнительные услуги.

Услуга - это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. Понятие "услуга" имеет универсальное значение, она нематериальна и не сохраняема, услугу нельзя измерить, ее можно только оценить.

Предприятия индустрии гостеприимства функционируют в Республике в условиях развивающихся рынков. Усиливается воздействие рыночных сил, требующих повышения конкурентоспособности и удовлетворения потребителя, обеспечивающего благополучие предприятия, его работников и владельцев.

Определяющими дальнейшее развитие предприятий индустрии гостеприимства будут составлять:

- эффективный менеджмент на основе маркетинга, обеспечивающий необходимые условия для производства и реализации продукции и услуг;
- внедрение системы качества, позволяющей обеспечить конкурентоспособность и доходность предприятия.

Управление процессами предоставления услуг в гостиничном предприятии имеют ряд важных особенностей. Во-первых, потребитель обычно присутствует в процессе предоставления услуги, т.е. имеет более тесный контакт или взаимодействие с производителем, чем в сфере материального производства. Во-вторых, в сфере услуг требуется более высокая степень индивидуализации труда в соответствии с требованиями потребителя. В-третьих, при предоставлении услуг затраты труда можно сравнить только с квалифицированным ручным трудом в материальном производстве.

⁷ Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. - М.: Новости, 2020. - 256 с.

⁸ Афонин И. В. Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены. - М.: Дашков и К^о, 2022. - 280 с.

⁹ Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 320 с.

¹⁰ Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. - М.: Финпресс, 2021.

¹¹ Григорьев М. Н. Маркетинг. - М.: Гардарики, 2020. - 366 с.

¹² Каменева Н. Г., Полякова В. А. Маркетинговые исследования. - М.: Вузовский учебник, 2022. - 439 с.

¹³ Всемирная туристская организация (UNWTO). Hotel Classification Systems: Recurrence of Criteria in 4 and 5 Star Hotels. - Madrid: UNWTO, 2021. - 78 p.

Эти три особенности делают управление услуг в индустрии гостеприимства более сложным с точки зрения обеспечения его эффективности. Действительно, чем выше степень взаимодействия с потребителем, чем выше степень индивидуализации услуг, чем выше трудоемкость процесса, тем труднее обеспечить его высокую экономическую эффективность и качество.

Условия, в которых работают предприятия индустрии гостеприимства, затрудняют определение эффективности процесса предоставления услуги, вместе с тем существует ряд методов, которые позволяют реализовать эту задачу. Эти методы направлены на рост конкурентоспособности путем внесения в организацию обслуживания системы качества.

Сегодня многие руководители гостиниц осознают, что для повышения загрузки и уровня доходности своих предприятий необходимо комплексно внедрять систему управления качеством. Вместе с тем, практика показывает, что наличие в гостинице технических условий для производства услуг (уютные номера, общественные помещения, высокотехнологичное оборудование и т.п.) не гарантирует качество обслуживания и стабильный доход.

Качество услуг необходимо рассматривать сегодня как важнейшую область деятельности организаций гостиничного

бизнеса. Под обеспечением качества понимается процесс формирования необходимых свойств и характеристик услуги, способных удовлетворять или превосходить ожидания потребителя.

Поэтому решающее значение в предоставлении услуг занимает функциональное качество, т.е. способность работников гостиницы своим безупречным трудом добиваться удовлетворенности клиента предоставленным обслуживанием.

Ориентация гостиничных предприятий на осуществление потребительской концепции маркетинга ведет к более изощренным формам и методам конкуренции, когда ценовая конкуренция вытесняется конкуренцией по качеству и уровню обслуживания.

Учреждениями размещения туристов являются любые объекты, в которых туристам эпизодически или регулярно предоставляют место для ночлега.

Согласно рекомендациям Всемирной организации туризма (UNWTO), все средства размещения можно разделить на две категории - коллективные и индивидуальные (табл. 1)

Таблица 1.

Стандартная классификация средств размещения туристов

Категория	Разряд	Группа
1. Коллективных средства размещения туристов	1.1.Отелей и аналогичные средства размещения туристов	1.1.1 Отели 1.1.2 Аналогичные заведения
	1.2.Специализированных учреждений	1.2.1 Оздоровительные учреждения 1.2.2 Лагеря труда и отдыха 1.2.3Общественные средства транспорта 1.2.4 Конгресс-центры
	1.3.Другие коллективные заведения	1.3.1 Жилье для отдыха 1.3.2 Площадки для кемпинга 1.3.3 Прочие коллективные заведения
2. Индивидуальные средства размещения туристов	2.1.Индивидуальные средства размещения	2.1.1 Собственное жилье 2.1.2 Арендные комнаты в семейных домах 2.1.3 Жилье, арендуемое у частных лиц или агентств 2.1.4 Размещение, предоставляемого бесплатно родственникам или знакомым 2.1.5 Другое размещение на индивидуальной основе

Среди основных признаков гостиниц следует, прежде всего, назвать наличие номеров для проживания. Отели предоставляют набор обязательных услуг: уборка номера, уборка санитарного узла и мест общего пользования, а также большой перечень (номенклатуру) дополнительных услуг.

Результаты исследования. Проведенное исследование показало, что гостиничное хозяйство Узбекистана развивается в условиях роста туристического потока и увеличения количества частных гостиничных предприятий. В стране функционирует более 120 гостиниц и около 400 туристических компаний, основная часть которых сосредоточена в Ташкенте, Самарканде, Бухаре и Хиве.

Была выявлена высокая концентрация гостиничных услуг в городах, через которые проходил Великий шелковый путь. При этом в сельских и горных районах наблюдается дефицит современных средств размещения.

Установлено, что ключевыми факторами конкурентоспособности гостиниц являются качество обслуживания, профессионализм персонала, использование маркетинговых технологий и внедрение стандартов качества услуг.

Также определено, что предприятия индустрии гостеприимства в Узбекистане постепенно переходят от традиционной модели обслуживания к концепции ориентации на клиента и цифровизации (онлайн-бронирование, автоматизация учета и маркетинговая аналитика).

К коллективным средствам размещения относятся гостиницы, аналогичные заведения, специализированные учреждения размещения и прочие коллективные заведения размещения

Группа заведений (средств размещения), аналогичных гостиницам, имел номерной фонд, предоставляет обязательные услуги. К ним можно отнести пансионы, меблированные комнаты, туристские общежития и т.д.

В специализированных учреждениях (с единым руководством), предназначенных для обслуживания туристов, нет номеров. Они предоставляют туристам жилье, коллективную спальню или площадку. Помимо предоставления туристам места для ночлега, такие заведения могут осуществлять и другие виды деятельности. Примерами таких специализированных учреждений являются оздоровительные учреждения, лагеря, заведения размещения в общественных видах транспорта, в конгресс-центрах.

В здравницах, санаториях, на курортах функция предоставления места для ночлега не является главной. Здесь гораздо важнее лечение и профилактика заболеваний приезжих. Наряду с лечением организуется питание, отдых, спорт и, конечно, постель.

Другие коллективных средств размещения относятся прежде всего к жилью, предназначенному для отдыха. Примерами этой группы средств размещения являются гостиницы квартирного типа, комплексы домов или бунгало, а также объекты на площадках для кемпинга, в бухтах для небольших судов. Клиенту предоставляется постель и ряд услуг: информационных, торговых, развлекательных и т.п. Коллективными заведениями размещения можно и каждого считать студенческие общежития, молодежные гостиницы, дома отдыха для престарелых и аналогичные объекты социального значения.

Индивидуальные средства размещения предоставляются за плату, в аренду, бесплатно. Сюда относятся помещения (квартиры, коттеджи, особняки), которые арендуются поочередно членами домохозяйства (таймшеринг). Турист может также разместиться в семейном доме на правах аренды, он может получить в аренду у частного лица или агентства полностью оборудованное жилье (дом, квартиру, коттедж) или бесплатно остановиться у родственников или знакомых.

Классификация гостиниц. Единой системы классификации гостиниц, к сожалению, не выработано. В разных странах используют различные системы, которых на сегодня существует более тридцати распространенными системами классификации является:

- система звезд, применяемая во Франции, Австрии, Венгрии, Египте, Китае, России, Украине и других странах СНГ (от * до *****);

- система букв, используемая в Греции (А, В, С, D);

- система \"корон\", или \"ключей\", характерна для Великобритании;

- система разрядов и др.

По режиму эксплуатации различают гостиницы круглогодичной, сезонной и смешанного действия.

По месту расположения выделяют гостиницы, размещенные в городе, гостиницы, размещенные за городом, придорожные гостиницы (отели), отели на воде (гостиницы) и др.

По количеству спальных мест (вместимостью) различают гостиницы: малые - менее 100 мест, средние - от 100 до 500 мест и большие - свыше 500 мест.

По уровню, ассортименту и стоимости услуг гостиничные предприятия делятся на несколько типов:

- дешевые гостиницы, или отели с ограниченным сервисом, предлагают минимум услуг, хотя некоторые предприятия предоставляют достаточно широкий набор услуг, но среднего уровня обслуживания;

- отели \"люкс\" имеют фешенебельный декор и эксклюзивная мебель, хорошо оборудованные салоны и общественные помещения, многочисленный персонал (его соотношение с количеством номеров иногда достигает 1:1)

Гостиничные предприятия все чаще делают ставку на определенный сегмент рынка, поэтому целесообразно выделить несколько основных типов гостиниц, характерных для современной гостиничной базы.

Отель \"люкс\" насчитывает в среднем от 100 до 400 номеров (есть и малые гостиницы такого класса).

Расположенный, как правило, в центре города, характеризуется высоким уровнем обслуживания хорошо обученного персонала, высокой ценой за проживание, имеет дорогой декор помещений, комфортные условия для проживания. Гостями таких отелей, как правило, руководители крупных предприятий, профессионалы высокого уровня, участники и конференции и т.д.

Отель высокого класса может включать от 400 до 2000 номеров. Расположен в черте города, предлагает широкий набор услуг, предоставляемый обученным персоналом по ценам выше среднего, и ориентирован на прием бизнесменов, индивидуальных туристов, участников конференций и т.д.

Отели среднего уровня могут быть разного размера и местоположения, они стремятся максимально использовать современную технологию, снижая эксплуатационные расходы, следовательно, и цены, придерживаются среднего уровня в регионе.

Апарт-отель имеет от 100 до 400 номеров (квартирного типа с кухней) с условиями, аналогичными условиям меблированных комнат с вариантом самообслуживания, и ориентирован преимущественно на бизнесменов и семейных туристов, останавливающихся на длительных турах.

Отель экономического класса может иметь от 10 до 150 номеров. Расположен, как правило, вблизи города, штат персонала является небольшим, предлагает невысокие цены и современные, хорошо оборудованные номера, но без услуг питания. Потребителями преимущественно деловые люди и индивидуальные туристы, которые не требуют полного пансиона и стремятся фактической оплаты за потребленные услуги.

Мотель, или гостиница для туристов, путешествующих автомобилем, имеет от 150 до 400 номеров, расположен в пригороде, на автодорогах при въезде в город. Предлагает средний уровень обслуживания средней цене при небольшом штате персонала и с предоставлением услуг питания, как правило, в кафетерии или столовая.

Курортный отель обычно имеет 100-500 номеров, расположен на берегу моря, озера, океана, вблизи гор, предлагает полный набор услуг, больше, чем в городской гостинице, по ценам

выше средних. Содержит большое количество спортивных сооружений, дорогие рестораны, банкетные залы, помещения для встреч и ориентирован на разные категории туристов.

Гостиница типа кондоминиума. Его вместимость - от 50 до 500 номеров, могут быть и отдельные здания на 4-5 номеров.

Номера типа квартир и спортивных сооружений аналогичны курортным гостиницам.

Квартиры в этих гостиницах предназначены для обслуживания клиентов, находящихся в отпусках и на каникулах. Различают два вида собственности на такие гостиницы. Некоторые квартиры проданы прямо, их владельцы имеют право на проживания. Другой способ, который практикуется все чаще, в том, что квартиры продаются на определенное время (таймшер): один владелец имеет право занимать квартиру в течение определенного ограниченного времени, а другие - в оставшееся. Цена таймшера обычно зависит от сезона: менее привлекательные периоды (времени года) стоят значительно меньше, чем пиковые периоды привлекательных сезонов. Концепция таймшера полагает в переходе от покупки недвижимости к покупке долгосрочного права на отдых и лечения.

Необходимо помнить, что люди, которые путешествуют с личными или деловыми целями, имеют неодинаковые потребности, требования к гостиницам в групповых и индивидуальных туристов отличаются.

Помещение развлекательного назначения достаточно разнообразны по составу. К ним относятся киноконцертные, банкетные, развлекательные залы. Спортивные сооружения представлены бассейнами, спортзалами и др. Конференц-зал и выставочные залы используются для деловых встреч.

В группе помещений торгово-бытового обслуживания клиентам предоставляют услуги торговые предприятия, парикмахерская, химчистка, ателье и др. В технических помещениях размещены службы, контролирующие работу техники кондиционирования, связи, сигнализации и других систем жизнеобеспечения гостиницы.

Важно расположение отеля относительно транспортных узлов, соответствующее рекламное оформление, а также изоляция клиентов и персонала гостиницы от внешней среды (шум, загазованность и др.). Вблизи отеля предусматривать предусматривают места для отдыха гостей, парковка и стоянка транспортных средств.

Основные службы гостиниц. К основным служб, которые есть в любом отеле, относятся: служба управления номерным фондом, административная служба, служба общественного питания, коммерческая служба, инженерные службы, вспомогательные и дополнительные службы.

Служба управления номерным фондом занимается бронированием номеров, приемом туристов, их регистрацией и размещением в номерах, обслуживанием туристов в номерах, поддержанием надлежащего санитарно-гигиенического состояния номеров, предоставляет клиентам бытовые услуги.

Административная служба отвечает за организацию управления всеми службами гостиничного комплекса. Эта служба решает вопросы финансов, кадрового обеспечения, создает и поддерживает надлежащие условия труда для персонала гостиницы, контролирует соблюдение установленных норм и правил по охране труда, технике безопасности, противопожарной и экологической безопасности.

Служба общественного питания обеспечивает обслуживание клиентов в ресторанах, барах или кафе отеля, организует и обслуживает банкеты, презентации и т.д.

Коммерческая служба анализирует результаты хозяйственной и финансовой деятельности, осуществляет оперативное и стратегическое планирование

Инженерные службы создают условия для функционирования систем кондиционирования, теплообеспечение, электротехнического оборудования, служб ремонта, систем телевидения и связи

Вспомогательные службы - это стиральные, службы белья, службы уборки помещений и т.д.

Дополнительные службы оказывают платные услуги, в которые входят парикмахерская, бассейн, сауна, солярий и другие подразделения

Требования к персоналу гостиниц можно условно разделить на четыре группы: квалификация, поведение, медицинские требования, униформа

Обслуживающий персонал должен быть профессионально подготовленным. Степень подготовки должна соответствовать уровню тех услуг, которые они предоставляют зависимости от категории гостиницы. Работники должны владеть иностранными языками. В пятизвездочных отелях все работники, контактирующие с клиентами, должны обладать тремя иностранными языками.

Персонал гостиниц всех категорий должен уметь создавать атмосферу гостеприимства, добросовестно выполнять просьбы клиентов, быть вежливым, внимательным, толерантным, сдержанным

Персонал всех категорий гостиниц, который непосредственно связан с обслуживанием клиентов, должен проходить медицинское обследование в установленном порядке, результаты которого отображаются в личных книгах. Их предъявляют по требованию представителей органов контроля.

Персонал всех категорий гостиниц должен носить униформу, а в некоторых случаях и бейджик, на котором указана должность, имя и фамилию работника. Форма всегда должна быть чистой и опрятной.

В гостиничных комплексах любой категории должны быть созданы отдельные условия для отдыха и питания персонала.

Обсуждение. Результаты исследования показывают, что дальнейшее развитие гостиничного хозяйства требует комплексного подхода. Существующие гостиницы в большинстве случаев не полностью соответствуют международным стандартам обслуживания, что снижает их привлекательность для иностранных туристов. Основными проблемами остаются недостаток квалифицированных кадров, ограниченные инвестиции и неравномерность инфраструктурного развития регионов.

Повышение качества гостиничных услуг возможно при внедрении системы менеджмента качества, постоянном обучении персонала и создании благоприятного инвестиционного климата.

Кроме того, перспективным направлением является развитие агротуризма и экотуризма, что позволит разгрузить крупные города и привлечь туристов в сельские районы.

Сравнение с международной практикой показывает, что Узбекистан имеет значительный потенциал для создания конкурентоспособного гостиничного рынка при условии эффективного управления и поддержки частных инвестиций.

Сегодня [Узбекистан](#) может принимать полтора миллиона туристов ежегодно. Узбекистан обладает колоссальным туристическим потенциалом. Республика считается одним из центров туризма не только в Центральной Азии, но и во всем мире. В стране есть просто уникальные историко-архитектурные ансамбли разных периодов прошлого, а современная архитектура в древних городах соседствует с памятниками национального зодчества прошлых веков, что является особенностью, характерной только для Узбекистана. Необычайно привлекательны для туристов маршруты по узбекским городам, через которые в древности проходил Великий шелковый путь, связывавший Китай со странами Европы. Это такие города, как: [Бухара](#), Самарканд, [Хива](#), Шахрисабз, Коканд, [Термез](#). Современная республика имеет и другие ресурсы, которые могут заинтересовать иностранных гостей: горные вершины и реки, имеющие огромное значение для развития активного вида туризма; пустыни и заповедники, богатые разными видами животных и растений (иногда встречающихся только в

Узбекистане); минеральные источники с целебной водой, в большинстве своем не имеющей аналогов в мире; традиции прикладного искусства и самобытная культура, с которыми можно познакомиться только в Узбекистане; с каждым годом растущий экономический потенциал страны.

Придавая особое значение туризму, в деле расширения и укрепления международных связей, указом Президента Республики Узбекистан от 27.07.1992 года была создана Национальная компания «Узбектуризм». Кроме Национальной компании «Узбектуризм» в Республике действует целый ряд частных туристических агентств.

На данное время в Узбекистане успешно работают свыше 400 частных туристских фирм, из которых 290 находятся в Ташкенте, а свыше 200 - в 12 областях. Из 120 отелей только по столице размещено 32, по регионам республики - 88.

В Республике действуют законы «О туризме», «О страховании», «О государственной границе», постановления правительства, направленные на формирование инвестиционного климата, разгосударствление и приватизацию в туристской сфере, предоставления льгот, улучшения гостиничной инфраструктуры, строительства сетей дорог и курортов и т.д.

Основной задачей предприятия гостеприимство является - качественное представление гостиничных услуг. Это требует выполнение всех специфических требований, диктуемых потребностями рынка и безопасностью услуг. Необходимо учитывать особенности обслуживания, входящие в понятие гостеприимства.

Эффективность в общем понятии означает получение какого-то определенного эффекта, т.е. действительность результата.

Экономическая эффективность – это результат который выражается определенной выгодой, достигнутый при определенных денежных затратах, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы.

Экономическая эффективность обслуживания означает получение выигрыша (экономического эффекта), от:

- ☐ Производственно-обслуживающего процесса туристической фирмы.
- ☐ Туристического обслуживания населения.
- ☐ Организация обслуживания.

Экономическая эффективность обслуживания является составным элементом общей эффективности общественного труда и выражается определенными критериями и показателями. Под критерием следует понимать основное требование к оценке правильности решения поставленной задачи.

Необходимость критерия возникает потому, что следует четко определить, с каких позиций следует подходить к расчету эффективности производственно-обслуживающего процесса.

Выводы

1. Гостиничное хозяйство Узбекистана является ключевым элементом национальной туристической индустрии и способствует формированию позитивного имиджа страны.
2. Основные направления развития отрасли включают повышение качества услуг, внедрение цифровых технологий и ориентацию на потребности клиентов.
3. Необходимы инвестиции в инфраструктуру, подготовку кадров и развитие региональных гостиничных сетей.
4. Перспективными направлениями являются агротуризм, экотуризм и развитие брендовых гостиничных комплексов в туристических центрах.
5. Реализация данных мер позволит повысить эффективность гостиничного бизнеса и конкурентоспособность Узбекистана на мировом туристическом рынке.

Список литературы

1. Закон Республики Узбекистан «О гостиничных услугах» от 10.12.2020 г. № ЗРУ-653.
2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 5 июня 2023 г. № 309 «О дальнейшем развитии туристско-гостиничной инфраструктуры».
3. Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма. Отчёт о состоянии туристической отрасли за 2023 год. – Ташкент: Госкомтуризм, 2024.

4. Мухитдинов З. Б. Развитие туристической инфраструктуры в Республике Узбекистан. – Ташкент: Университет мировой экономики и дипломатии, 2023. – 248 с.
5. Рахимов Ш. А. Современные тенденции развития гостиничного бизнеса в Узбекистане. – Самарканд: СамГУ, 2022. – 156 с.
6. Анваров Н. А. Анализ финансовых инструментов и механизмов поддержки агротуризма в Самарканде. Журнал экономики и туризма (BAK), 2024.

7. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: Новости, 2020. – 256 с.
8. Афонин И. В. Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены. – М.: Дашков и К°, 2022. – 280 с.
9. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 320 с.
10. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 2021.
11. Григорьев М. Н. Маркетинг. – М.: Гардарики, 2020. – 366 с.
12. Каменева Н. Г., Полякова В. А. Маркетинговые исследования. – М.: Вузовский учебник, 2022. – 439 с.
13. Всемирная туристская организация (UNWTO). Hotel Classification Systems: Recurrence of Criteria in 4 and 5 Star Hotels. – Madrid: UNWTO, 2021. – 78 p.