

# **РАЗВИТИЕ МАЛОГО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В БУХАРЕ**

## **Таджиева С.У. Email: Tajieva681@scientifictext.ru**

*Таджиева Сайёра Ураловна – кандидат экономических наук, заведующая кафедрой, кафедра экономики сферы сервиса,  
Бухарский государственный университет, г. Бухара, Республика Узбекистан*

**Аннотация:** в статье охарактеризованы и проанализированы тенденции развития малых форм гостиничного бизнеса Бухарского региона. В частности, дана характеристика функционирования малых гостиниц, определены место и роль малых гостиниц на этом рынке. Проанализирована динамика развития сектора средств размещения Бухары. Дано определение семейному предпринимательству как одной из основных форм предпринимательства в гостиничной индустрии региона. Именно гостиницы такого типа пользуются большим спросом у иностранных туристов.

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, гостиничный бизнес, малые гостиницы, семейный гостевой дом.

## **DEVELOPMENT OF SMALL HOTEL BUSINESS IN BUKHARA**

### **Tajieva S.U.**

*Tadjieva Sayyora Uralovna - Candidate of Economic Sciences, Head of the Department,  
DEPARTMENT OF SERVICE ECONOMY,  
BUKHARA STATE UNIVERSITY, BUKHARA, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

**Abstract:** the article describes and analyzes the development trends of small forms of hotel business in the Bukhara region. In particular, the characteristic of the functioning of small hotels is given, the place and role of small hotels in this market is determined. The development dynamics of the accommodation facilities sector of Bukhara is analyzed. The definition of family business as one of the main forms of entrepreneurship in the hotel industry in the region is given. Hotels of this type are in great demand among foreign tourists.

**Keywords:** small business, hotel business, small hotels, family guest house.

УДК 338.48

В настоящее время в Узбекистане можно наблюдать быстрый рост малого гостиничного бизнеса, что обусловлено, как общемировыми тенденциями и нехваткой гостиниц с приемлемым сервисом за небольшие деньги, так и поддержкой этой сферы со стороны государства.

На сегодняшний день нет определенных международных норм, классифицирующих средства размещения по их объему. По рекомендации Всемирной туристической организации ООН (UNWTO) малой гостиницей считается предприятие с номерным фондом в 30 номеров. В США малыми отелями считается гостиницы с номерным фондом до 150 единиц. В Европе же малая гостиница, как правило, имеет не более 50 номеров. К тому же, в Европе малые отели – это один из главных элементов гостиничной индустрии. На них приходится около 40% турпотока и 80% общего количества гостиничных предприятий.

В соответствии с Государственным стандартом Республики Узбекистан О'zDSt\_3220\_2017 «Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования» в зависимости от номерного фонда средства размещения подразделяют на:

- Большие (свыше 200 номеров);
- Средние (от 51 до 200 номеров);
- Малые (от 16 до 50 номеров);
- Мини (до 15 номеров).

Структуру средств размещения Бухары в зависимости от фонда размещения можно представить следующим образом (таблица 1).

Из мирового опыта развития гостиничной индустрии известно, что малые гостиницы легче адаптируются к каждому клиенту, имеют персонализированные услуги, что не исключает привнесения в быт национального колорита. Кроме этого, цены в данных гостиницах дешевле, за счет гибкой системы скидок. Преимуществами данных гостиниц является доступная цена, наличие хорошего ремонта, так как хозяева стараются следить за состоянием гостиницы, а также спокойная домашняя обстановка.

*Таблица 1. Классификация гостиниц и аналогичных средств размещения Бухары по номерному фонду*

Гостиницы и аналогичные средства размещения	Количество	Доля, %
Большие (свыше 200 номеров)	1	0,3
Средние (от 51 до 200 номеров)	4	1,2

Малые (от 16 до 50 номеров)	64	19,5
Мини (до 15 номеров)	261	79
Всего	330	100

Как видно из таблицы, основная доля (79%) приходится на сегмент мини отелей, с номерным фондом до 15 номеров.

Малые гостиницы чаще всего называют «семейными», поскольку их содержат и обслуживают семьи, используя минимальное количество наемного персонала. Крупные отели не всегда предлагают домашнюю атмосферу и индивидуальный подход к гостю, которые может обеспечить малый отель. Семейный бизнес является очень рентабельным компонентом малого предпринимательства.

Учитывая все эти факторы, а также давние профессиональные традиции, предпринимательский потенциал в целях популяризации семейного предпринимательства Президентом Республики Узбекистан была инициирована Государственная Программа «Каждая семья – предприниматель». В рамках данной программы предоставляется ряд льгот для вовлечения населения в предпринимательскую деятельность, в том числе и в индустрии средств размещения.

Кроме этого, в целях поддержки развития субъектов туристской деятельности, повышения эффективности использования туристского потенциала регионов, улучшения условий для отдыха и туризма, а также создания новых рабочих мест в сфере оказания туристских услуг и повышения занятости и благосостояния населения 7 августа 2018 года было принято постановление Кабинета Министров “Об организации деятельности семейных гостевых домов”. В соответствии с которым:

- семейным гостевым домом является частное домовладение, предоставляющее услуги по временному проживанию и (или) питанию одновременно до 10 посетителей (туристов) по принципу их совместного проживания в данном семейном гостевом доме вместе с владельцем дома и членами его семьи, а также имеющее необходимую жилую площадь из расчета 3 м<sup>2</sup> на одного проживающего;

- услуги семейных гостевых домов оказываются индивидуальными предпринимателями или субъектами семейного предпринимательства, имеющими жилое помещение, пригодное для организации семейного гостевого дома, и проживающими в нем.

В результате целенаправленных мер правительства по развитию туризма и в частности гостиничной индустрии, в Бухарской области наблюдается быстрый рост семейных гостевых домов. Если в июне 2019 года их было 75, то в декабре этого же года их количество достигло 146, из которых 21 расположены в сельской местности.

Семейные гостевые дома наиболее быстрорастущий сектор средств размещения Бухары, как видно из таблицы, только в течении 2018-2019 годов, их количество увеличилось в 9 раз (таблица 2). Если рассматривать тенденцию формирования регионального предложения средств размещения по Бухарской области в период с 2000 года по 2019 год, то можно проследить поступательное развитие данного сектора. Как показало исследование, основную долю рынка гостиничных услуг Бухары представляют малые гостиницы. В декабре 2019 года, по данным Государственного Департамента по развитию туризма Бухарской области, в Бухаре действовало более 330 средств размещения на 7577 койко-мест.

Таблица 2. Динамика развития сектора средств размещения Бухары

Тип размещения	2000 г	2005 г	2010 г	2015 г	2018 г	2019 г	
						количество	доля %
семейный гостевой дом	-	-	-	3	16	146	44
бутик-отель	-	-	-	-	3	5	2
гостиница	5	23	38	67	110	123	37
квартира	-	-	-	-	-	2	1
хостел	1	2	3	3	12	26	8
гостевой дом	1	1	1	4	22	28	8
всего	7	26	42	77	163	330	100

Наряду с понятием «гостевой дом» возникает и такое понятие как «бутик-отель». Государственным стандартом Республики Узбекистан O'zDSt\_3220\_2017 «Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования», определено, что бутик-отель – это небольшая гостиница с уникальным оформлением каждого номера. Главная особенность данных гостиниц, это их яркий, креативный дизайн интерьера. Как правило, во всех бутик-отелях Бухары он выдержан в национальном стиле: стены украшены орнаментальными росписями, резьбой по алебастрю и дереву, каждый номер отличается своей индивидуальностью. Обычно бутик-отели располагаются в самом центре старой Бухары.

В заключении хотелось бы отметить, что по данным Государственного Комитета по развитию туризма, наивысший показатель по загрузке гостиниц приходится именно на Бухарскую область – 96,6%. Опять же, это средний показатель, так как во время фестивалей и в пик туристического сезона этот показатель достигает 100%. По прогнозам специалистов, в будущем туристический поток будет увеличиваться, что вызовет дополнительный спрос на средства размещения.

По итогам исследования можно сделать вывод, что в настоящее время региональный рынок средств размещения представлен в основном мини отелями, большая часть из которых имеют статус семейных гостевых домов. Из этого следует, что для дальнейшего повышения уровня привлекательности регионального предложения средств размещения, необходимо уделить внимание таким аспектам как:

- организация системы обучения и повышения квалификации владельцев и сотрудников малых гостиниц. Большинство владельцев данного бизнеса не имеют образования в данной сфере, в малых отелях нет специалистов занимающихся профессионально маркетинговой деятельностью.
- обеспечение соблюдения современных стандартов обслуживания и стабильности качества предоставляемых услуг.

#### *References / Список литературы*

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 7 июня 2018 года № ПП-3777 «О реализации программы «Каждая семья – предприниматель».
2. Государственный стандарт Республики Узбекистан О'зDSt\_3220\_2017 «Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования».
3. Handler W.C. Succession in family business: A review of the research // Family business review, 1994. Т. 7. № 2. С. 133-157.
4. Таджисеева С.У., Кодирова М.М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане // Современные тенденции развития науки и производства, 2016. С. 374-377.
5. Хуррамов О.К. Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 344-349.
6. Таджисеева С.У. Развитие сельского туризма в Бухарском регионе // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 339-344.
7. Khurramov O.K. Prospects of digital tourism development // Economics, 2020. № 1(44).
8. Таджисеева С. У. Развитие сельского туризма в Бухарском регионе // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 339-344.
9. Olimovich D.I., Khabibovna K.M., Alimovich F. E. Innovative ways of reducing tourism seasonality of tourist areas // Достижения науки и образования, 2020. № 1 (55).
10. Таджисеева С.У. Вопросы локализации производства сельскохозяйственной продукции в Узбекистане // Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования, 2016. С. 3623-3625.
11. Таджисеева С.У., Ходжаева Д.Х. Основные направления развития промышленного производства региона // Современные тенденции развития науки и производства, 2016. С. 377-380.
12. Khurramov O.K., Fayzieva S.A., Saidova F.K. The aspect and influence of use the global internet in tourism // Достижения науки и образования, 2019. № 13 (54).
13. Kayumovich K.O., Annaturadovna F.S., Kamalovna S.F. Features of electronic online market in tourism // Вестник науки и образования, 2019. № 24-3 (78).
14. Olimovich D.I., Khabibovna K.M., Samadovich R.S. Improving tourist season in Bukhara region // Вестник науки и образования, 2020. № 1-2 (79).