

---

## **ВАЖНОЕ ЗАМЕЧАНИЕ:**

Информация в этом файле PDF является предметом полного авторского права и прав RB ASIA OOO, которые определены и защищены международным правом. Содержимое файла предназначено исключительно для адресата. Все содержимое этого файла принадлежит и управляется RB ASIA, и копирование или распространение этого файла, внутренне или внешне, строго запрещено без предварительного письменного разрешения и согласия RB ASIA. Если вы хотите распространить файл, отправьте электронное письмо в отдел маркетинга по адресу [info@rbasia.uz](mailto:info@rbasia.uz), предоставив подробную информацию о вашей подписке и количестве получателей, которым вы хотите переслать или распространить эту информацию.

---

## **ОТКАЗ ОТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

Вся информация, содержащаяся в этой публикации, была исследована и составлена из источников, которые на момент публикации считались точными и надежными. Тем не менее, с учетом естественных масштабов человеческих и / или механических ошибок, как у источника, так и во время производства, RB ASIA не несет никакой ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате ошибок, неточностей или упущений, повлиявших на какую-либо часть публикации. Вся информация предоставляется без гарантии, и RB ASIA не дает никаких гарантий относительно точности или полноты любой информации, содержащейся в настоящем документе.

**GLOBALSCOPE**

55 independent M&A firms. 1 global family.

ООО «RB ASIA»  
100002, Узбекистан, Ташкент,  
Алмазарский р-н, ул. Сагбан, д.7, Блок 4  
Tel. +998 71 244-20-32  
Email: info@rbasia.uz



# **Анализ Индустрии Гостеприимства Узбекистана**

***Существующие условия, реформы и  
перспективы***

**Май 2019, "RB ASIA"**



## О Группе компаний RB Partners

Группа компаний RB Partners основана в 2004 году. Управляющие партнеры Группы ранее занимали руководящие позиции в крупнейших российских финансовых институтах и холдингах (Альфа-Банк, Группа Интеррос, ВТБ, ГК Базовый элемент, Deutsche, UFG, Группа Спутник) и в международных аудиторско-консультационных компаниях (PwC и EY).

С 2004 года RB Partners успешно провела более 90 проектов в области сопровождения сделок M&A на общую сумму свыше 2,5 млрд. дол. США, а также осуществила инвестиции в 4 технологические компании в Москве и Санкт-Петербурге.

С 2010 года Компания RB Partners является членом международной ассоциации Globalscore, включающей в себя 55 инвестиционно- банковских фирм из 48 стран мира, специализирующихся в области слияний и поглощений и корпоративного финансирования.

## RB ASIA - RB Partners в Узбекистане

В 2017 г. была учреждена компания RB Asia, входящая в группу RB Partners

RB Asia оказывает услуги в сфере инвестиционного консалтинга и стратегического консультирования международным компаниям, которые заинтересованы в инвестировании в Республику Узбекистан, а также местным компаниям, находящимся в поиске инвесторов, международных партнеров и капитала для расширения бизнеса.

RB Asia является членом Торгово-промышленной палаты Узбекистана, а также членом Американской торговой палаты в Узбекистане (AmCham).

Компания является аккредитованным консультантом ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития), а также ведет проекты с участием Всемирного банка

## Наши услуги

**Привлечение инвестиций** для развития бизнеса в Узбекистане - Подготовка компании, маркетинговое и сопровождение сделки с инвесторами по привлечению инвестиций

**Поиск объектов для приобретения** в Узбекистане и в других странах - Доступ к международным инвестиционным проектам в 48 странах мира

**Стратегическое консультирование** - Разработка стратегии развития для решения комплексных задач и достижения долгосрочных целей

**Предынвестиционная подготовка** - Комплексная подготовка компании к привлечению инвестиций

**Исследования и анализ рынка Узбекистана** - исследования рынков и отраслей Узбекистана, с целью помощи компаниям быстрее и эффективнее принимать стратегические, операционные и инвестиционные решения

**Открытие бизнеса в Узбекистане «с нуля»** - Анализ рынка, юридическое, налоговое и бухгалтерское консультирование при открытии компании

**Оценка стоимости бизнеса и разработка Бизнес планов** - Сделки по продаже международным инвесторам, а также локальным игрокам

**Полная и частичная продажа бизнеса** в Узбекистане - Сделки по продаже международным финансовым и стратегическим инвесторам, а также локальным инвесторам

## ООО "RB ASIA"

Узбекистан, 100002, Ташкент, Аламзарский район, ул. Сагбон Фарабий, д.7, Блок 4.

Телефон +998 (71) 244 20 32

Email: info@rbasia.uz

Website: [www.rbasia.uz](http://www.rbasia.uz)

## Резюме

- ❖ В 2018 году экспорт туристических услуг за 8 месяцев составил 666,9 млн. долларов США, что в два раза больше по сравнению с аналогичным периодом 2017 года (327,3 млн. долларов США).
- ❖ В 2017 году было создано 101 объект размещения с общим количеством 1 355 номеров. В 2018 году начали функционировать 142 новых жилых помещения с общим количеством 1 745 номеров и 4 121 койко-мест, что в сумме достигло 914 единиц.
- ❖ По сегментам преобладают Мини-отели и отели Среднего сегмента, за ними следуют отели Верхнего, Верхнего предела среднего и Эконом сегментов, наименьшее количество объектов в Верхнем пределе верхнего сегмента.
- ❖ Сегменты туризма и MICE, за которыми следуют организованные группы и иностранные туристы, формируют большую часть спроса.
- ❖ В Узбекистане большая часть продаж осуществляется за счет партнерства с туроператорами, а это означает, что отели зависят от этого канала продаж. Другие каналы продаж - корпоративные, прямые и онлайн.
- ❖ В целом, средняя заполняемость в Узбекистане составляет 56% с ежегодным увеличением на 17%, среднесуточная ставка составляет 69 долларов США с годовым ростом на 6%, а валовая операционная прибыль составляет 32%.
- ❖ Льготное кредитование и налоговые льготы в сфере туризма, а также либерализация визового режима - основные меры, принимаемые государством для стимулирования развития отрасли, что благоприятно скажется на сфере гостеприимства.

## Содержание

Индустрия туризма и гостеприимства в Узбекистане.....	1
Обзор гостиничного предложения.....	1
Портрет клиента: Спрос.....	2
Каналы продаж.....	5
Финансовые показатели индустрии гостеприимства.....	6
Реформы индустрии туризма и гостеприимства.....	6
Выводы.....	8
Список литературы.....	10

## Индустрия Туризма и Гостеприимства в Узбекистане

Узбекистан - это страна с богатым культурным наследием, архитектурными сооружениями и различными природными заповедниками, которые привлекают туристов со всего мира и представляют значительный туристический потенциал.

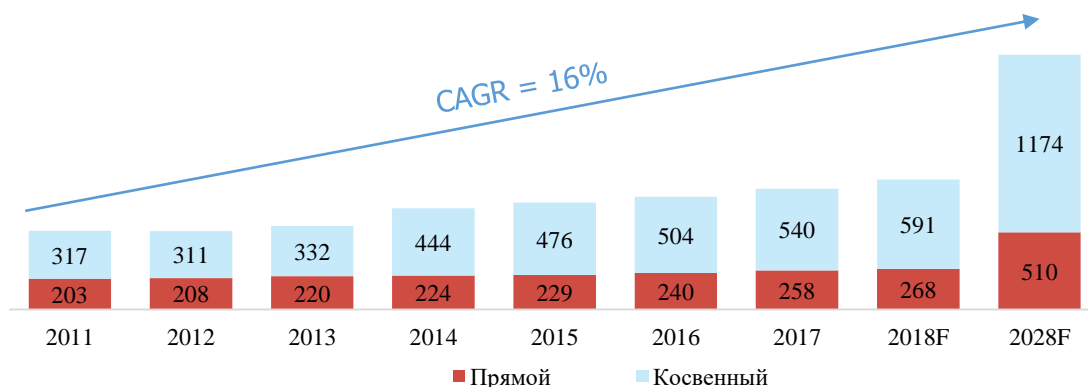
Виды туризма в Узбекистане:

- Историко-культурный туризм
- Этнический туризм
- Экологический туризм
- Оздоровительный туризм
- MICE туризм (встречи, поощрения, конференции, мероприятия)

В 2018 году экспорт туристических услуг за 8 месяцев составил 666,9 млн. долларов США, что в два раза больше по сравнению с аналогичным периодом 2017 года (327,3 млн. долларов США).

Однако 5 января 2019 года, Правительство утвердило Концепцию развития туризма на 2019–2025 годы в соответствии с УП-4861 от 02.12.2016, целью которого является превращение туризма в стратегический сектор экономики. Согласно ему, к 2025 году планируется увеличить долю туризма в ВВП до 5%.

*Вклад туризма в ВВП Узбекистана, млн. долларов США*

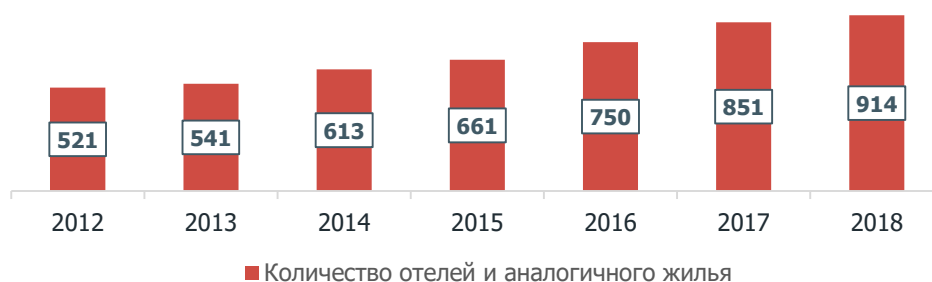


### Обзор гостиничного предложения

В 2017 году было создано 101 объект размещения на общее количество 1 355 номеров. В 2018 году начали функционировать 142 новых объекта размещения, с общим количеством 1 745 номеров и 4 121 койко-мест, достигая 914 единиц объектов размещения.

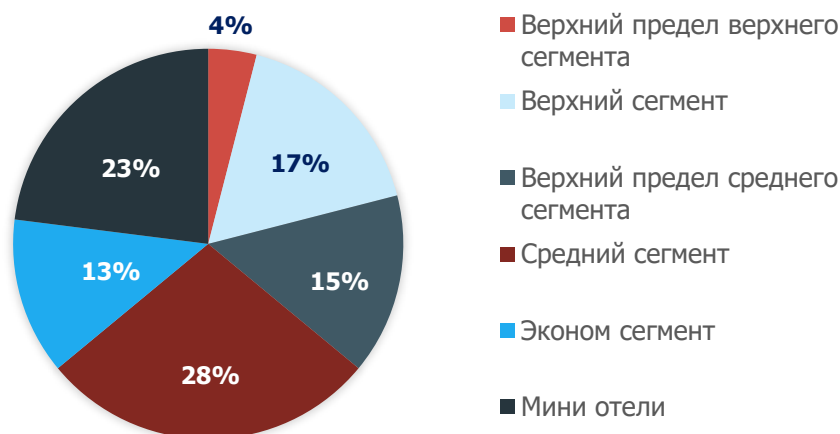
По данным комитета по туризму Узбекистана, к концу 2019 года будет создано 180 новых объектов размещения с более чем 7 000 номеров. В частности, ожидается рост на 37%.

*Динамика количества действующих отелей*



По сегментам преобладают Мини-отели и отели Среднего сегмента, за ними следуют отели Верхнего , Верхнего предела среднего сегмента и Эконом сегмента, наименьшее количество объектов в Верхнем пределе верхнего сегмента.

*Предложение гостиниц по сегментам, по количеству номеров*



*Предложение гостиниц по сегментам в регионах, по количеству номеров*

	Ташкент	Самарканд	Бухара	Хива	Ташкентская область
Верхний предел верхнего сегмента	8%	-	-	-	-
Верхний сегмент	26%	20%	-	-	28%
Верхний предел среднего сегмента	19%	8%	9%	25%	12%
Средний сегмент	22%	29%	28%	27%	48%
Эконом сегмент	12%	29%	4%	-	12%
Мини отели	13%	14%	59%	48%	-

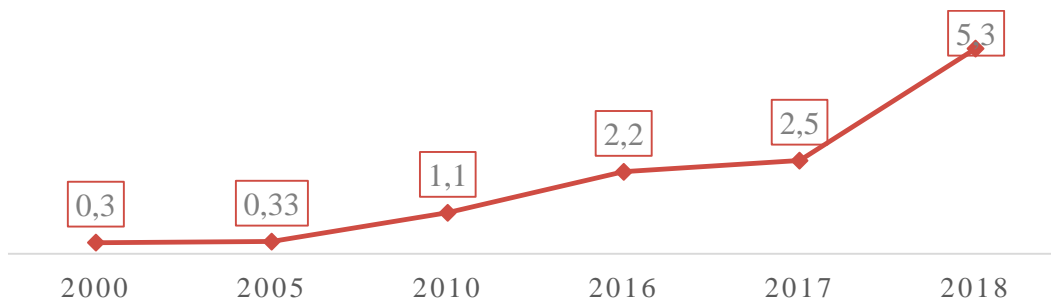
К 2022 году правительство планирует создать номерной фонд в 50 000 номеров по всей стране. Уже одобрено строительство 1 500 номеров в городе Ташкенте, 1 600 номеров в Самарканде, 1 400 номеров в Бухаре, 350 номеров в Хиве и 350 номеров в Ташкентской области.

Следует отметить, что в Самарканде планируется построить более 20 проектов с отелями 4\* и 5\*.

### Портрет клиента: Спрос

Количество туристов, посетивших страну в 2017 году, превысило 2 миллиона 520 тысяч и увеличилось на 24,3% по сравнению с 2016 годом, а экспорт туристических услуг увеличился до 770 миллионов долларов США. В 2018 году число туристов удвоилось по сравнению с 2017 годом, достигнув 5,3 миллиона, благодаря льготам, реформам, инновациям и поддержке, оказанной государством. Количество внутренних туристов составило 14 миллионов.

Количество иностранных граждан, въезжающих в Республику Узбекистан, млн. человек



Расходы туристов, млн. долларов США

Деловой сегмент (MICE):



- Деловой спрос в основном представлен сегментом MICE – проведение различных деловых мероприятий – встреч, тренингов, семинаров, конференций, тимбилдинга, корпоративных выездов – данный спрос составляет до 90% от общего делового спроса.
- Также на рынке есть практика заключения корпоративных договоров с рекреационными целями – в общем деловом спросе доля данного спроса составляет до 10-20%.
- В основном, частные организации, банки, фармацевтические компании, представительства и филиалы крупных компаний проводят различные мероприятия.
- В среднем проводится 9,3 корпоративных мероприятия в месяц на 1,8 дня и более, в среднем с 53 участниками.
- Количество проводимых мероприятий равномерно распределено в течение года, но наиболее активными месяцами являются июль и август, некоторое снижение деловой активности наблюдается в октябре и ноябре.
- Согласно полученной информации, запросы на проведение более крупных мероприятий - от 100 человек - поступают регулярно. Невозможность разместить большие группы людей одновременно и обеспечить их современной инфраструктурой (просторные конференц-залы, оборудование, открытые площадки) оставляет спрос в этом сегменте неудовлетворенным.

Туристический сегмент:

- На текущий момент основную долю спроса на гостиничные услуги составляют гости, приезжающие с целями отдыха.
- В зависимости от количества номеров, объекты работают как с индивидуальными туристами, так и с групповыми заездами, организованными через туроператоров.
- Индивидуальные туристы - это в основном семьи с детьми. Пиками спроса этой подгруппы являются летние месяцы и периоды детских каникул, когда их доля в общем объеме спроса достигает 90%.



- В среднем доля гостей с детьми среди туристического сегмента составляет около 70-80%.
- Средняя продолжительность пребывания гостей, прибывающих с целью отдыха, составляет 1-2 ночи.

#### *Организованные группы:*

- По данным компаний, работающих на туристическом рынке Узбекистана, большинство крупных международных туроператоров работают в Узбекистане через местных посредников (DMC – destinationmanagementcompany), некоторые операторы полностью делегируют услуги местным компаниям: и наземное обслуживание - транспорт, гиды, бронирование гостиниц и сопровождение экскурсий. ,
- Среди тех компаний, которые приобретают все или часть своих услуг у местных DMC - TUI, MarcoPolo, Cox&Kings, ThomasCook. В целом, эта тенденция все еще присутствует на рынке, потому что туристические потоки все еще недостаточно объемны. Но по мере развития туристического потенциала страны и сопутствующей инфраструктуры, крупные операторы, скорее всего, будут увеличивать свое присутствие за счет открытия локальных офисов, позволяющих контролировать и обеспечивать полный спектр туристических услуг напрямую, минуя посредников.
- Среди компаний, уже работающих на рынке Узбекистана, напрямую:
- - HRG, AmericanExpress имеет совместное локальное предприятие с местным партнером - ElanExpress;
- - MIRCORPORATION имеет представительство в Ташкенте, откуда локально организует полный цикл обслуживания для своих групп в Узбекистане и регионе в целом.

#### *Иностранные туристы:*

- Возрастная группа от 35 до 45 лет - наибольшее количество респондентов, прибывших из Центральной Азии (29,4%), стран СНГ (33,8%) и АТР (30,0%). Основную часть европейских туристов составляют люди 55 лет и старше (42,5%).
- Целью поездки в Узбекистан основной части опрошенных респондентов является посещение друзей и родственников. Эта часть составляет 39,4% от общего числа респондентов. Второй по величине сегмент респондентов - 33,6%, которые ответили, что целью посещения Узбекистана был отдых, досуг и развлечения.
- Во время поездок по Республике Узбекистан наибольшая доля респондентов (43,6%) предпочла остаться с семьей и друзьями. 85,1% тех, кто решил остаться с семьей и друзьями, являются посетителями из Центральной Азии.
- Основная часть туристов из Европы (34% и 37,0%) и АТР (40,0% и 43,0%) предпочитают в качестве средств размещения 2-, 3-звездочные и 4-, 5-звездочные отели. Аналогичная ситуация наблюдается, когда туристы с Ближнего Востока из Северной Америки выбирают тип размещения в Узбекистане, 79,6% и 75,0% туристов из этих регионов соответственно выбирают 2-, 3-звездочные и 4-, 5-звездочные отели для их пребывания.
- Посетители из Центральной Азии проявили наибольший интерес к шопингу в Узбекистане (39,7%). Основная часть посетителей из Европы (77,5%) и АТР (72,2%) отметили посещение музеев и галерей, как туристическую деятельность во время пребывания в Узбекистане.

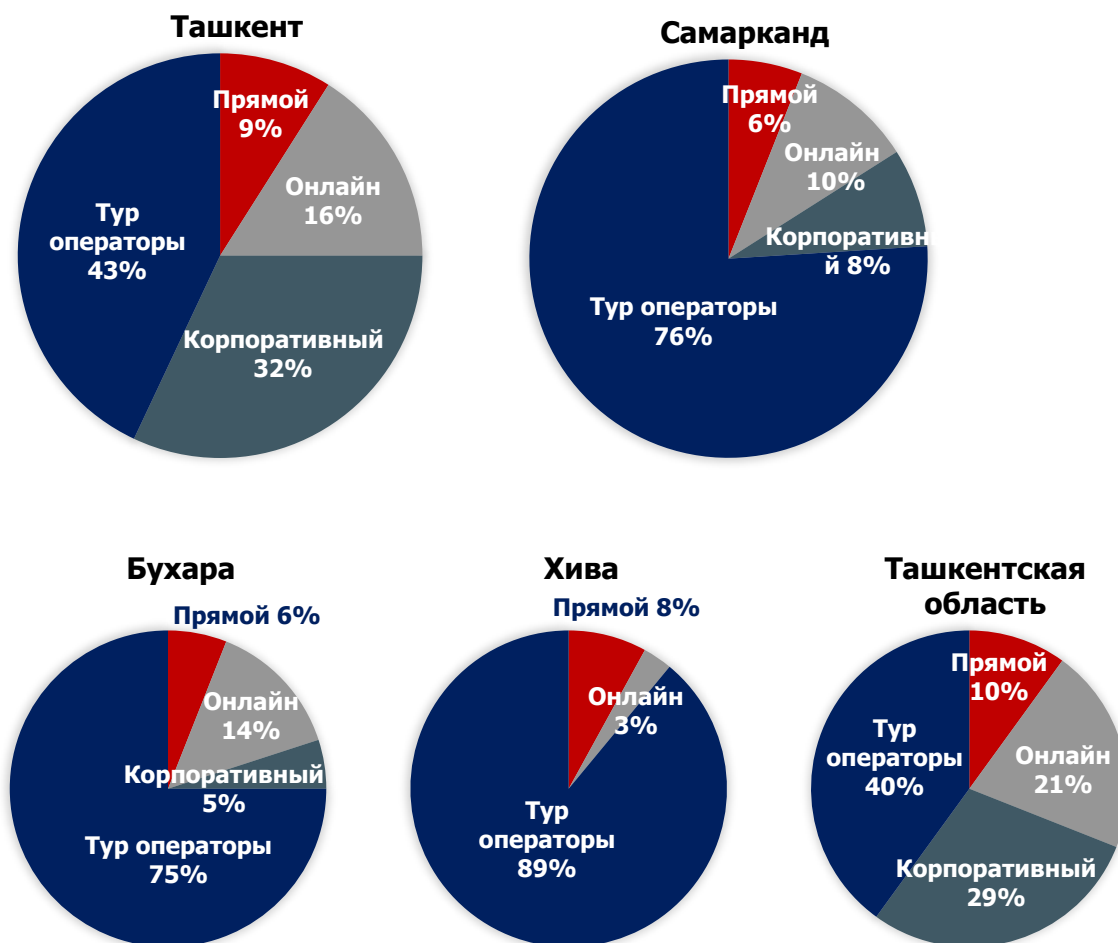
## Портрет клиента

Регион	Возраст Гостя	Продолжительность пребывания	Размер группы	Бизнес vs. Досуг	Индивид. vs. Группа	Внутренние vs. Иностранные
Tashkent	47	2,54	24	59%/41%	56%/44%	11%/89%
Samarkand	62	2,4	22	13%/87%	18%/82%	31%/69%
Bukhara	58	2,3	21	10%/90%	27%/73%	18%/82%
Khiva	60	1,75	23	6%/94%	15%/85%	18%/82%
Tashkent Region	38	4,2	25	20%/80%	78%/22%	74%/26%

## Каналы продаж

В Узбекистане большая часть продаж осуществляется за счет партнерства с туроператорами, а это означает, что отели зависят от этого канала продаж. Другие каналы продаж - корпоративные, прямые и онлайн. В большинстве регионов доля прямых продаж преобладает над онлайн-продажами, а это означает, что, хотя 21-й век является эпохой цифровых технологий и интернета, узбекские предприятия недооценивают этот рентабельный источник продаж.

### Каналы продаж по регионам



## Финансовые показатели индустрии гостеприимства

В целом, средняя заполняемость в Узбекистане составляет 56% с 17% за год, среднесуточная ставка (ADR) составляет 69 долл. США с увеличением на 6% за год, а валовая операционная прибыль (GOP) составляет 32%.

По городам в Ташкенте самый высокий уровень заполняемости и ADR, в основном из-за того, что Ташкент является столицей и центром всей деловой активности. Следующий город по уровню заполняемости - Самарканд, который растет быстрыми темпами. Кроме того, хотя уровень заполняемости в Хиве самый низкий, темпы роста велики.

Предположительно, причина этого роста заключается в том, что исторически отели в Хиве не работали в несезонное время из-за низкого спроса, но в 2018 году тенденция изменилась, и многие отели продолжали работать в течение всего года. Для курортов Ташкентской области уровень занятости 45% является хорошим показателем, поскольку спрос в этом регионе зависит от сезона и с быстрыми колебаниями.

Регион	Заполняемость	Рост заполняемости ежегодно	ADR	ADR YoY Рост
Ташкент	62%	13%	\$ 87	8%
Самарканд	61%	14%	\$ 66	6%
Бухара	53%	17%	\$ 55	7%
Хива	45%	34%	\$ 40	3%
Ташкентская область	45%	10%	\$76	8%

Более подробная информация об изменении уровня заполняемости в разные сезоны представлена в таблице ниже:

Заполняемость	Пик сезона	Средний сезон	Низкий сезон	Снижение цен в низкий сезон
Ташкент	83%	57%	40%	18%
Самарканд	89%	57%	33%	5%
Бухара	89%	52%	28%	15%
Хива	84%	41%	14%	13%
Ташкентская область	84%	38%	19%	26%

## Реформы индустрии туризма и гостеприимства

Льготное кредитование и налоговые льготы в сфере туризма, а также либерализация визового режима - основные меры, принимаемые государством для стимулирования развития отрасли, что благоприятно скажется на гостиничном бизнесе.

### 1. Льготные кредиты

Льготные кредиты будут предоставляться предприятиям для совместного кредитования, то есть, частично, предприятия также инвестируют в проект.

Условия кредитования: срок кредитования 15 лет; льготный период составляет 5 лет.

Кредитование предоставляется на приобретение импортного оборудования и технологий для гостиниц и прилегающей объекту дороги, инженерной и коммуникационной инфраструктуры.

Сумма кредита, выделенная одному клиенту за счет средств целевой кредитной линии, не должна превышать 50 процентов от суммы проекта. Сумма кредита не должна превышать 10 миллионов долларов США для одного инвестиционного проекта.

Кредиты предоставляются на основании положительных решений уполномоченных коммерческих банков об экономической и финансовой целесообразности реализации инвестиционного проекта. В этом случае сумма кредита выдается одному заемщику.

## **2. Налоговые льготы**

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 2 декабря 2016 года № УП-4861 (пункт 12) с 1 июля 2017 года иностранные инвесторы освобождаются от уплаты таможенных платежей и таких налогов, как подоходный налог, налог на имущество, общие налоговые платежи для микрофирм и малых предприятий, обязательные отчисления в Республиканский дорожный фонд при объеме прямых частных иностранных инвестиций:

- <3 млн. долларов США - 3 года освобождения
- от 3 до 10 млн. долларов США - 5 лет освобождения
- 10 млн. долларов США - 10-летнее освобождение

## **3. Таможенные льготы.**

Компании в сфере туризма на период до 1 января 2022 года освобождаются от уплаты таможенных пошлин (кроме сборов за таможенное оформление) при импорте следующих товаров:

- Транспортные средства туристического класса;
- Оборудование, машины и запасные части;
- Сырье.

## **4. Либерализация визового режима**

Начиная с 10 февраля 2018 года, Узбекистан ввел безвизовый режим на 30 дней с даты въезда для граждан 45 стран (в основном для стран ОЭСР). Утвержден список из 76 стран, в отношении которых вводится упрощенная процедура получения туристических виз. Стоимость въездной туристической визы снизилась с 60 до 40 долларов. Кроме того, лимит на групповую туристическую визу уменьшен с 10 до 5 человек.

С 15 июля введена в действие система обработки и выдачи электронных въездных виз E-VISA.UZ. С 15 марта для удобства туристов будут введены двойные и многократные электронные визы. Кроме того, вводятся новые категории въездных виз - Ватандош, студент, академик, медик и паломник. Это позволит Узбекистану превратиться в региональный образовательный и медицинский центр, расширить научный обмен и привлечь паломников в святые места.

## **5. Частичное финансирование роялти**

В течение трех лет с момента вступления в силу договора о франшизе роялти от организаций за использование известных и престижных мировых гостиничных брендов (согласно рейтингу 50 лучших гостиничных брендов) частично финансируются из государственного бюджета, в следующих количествах:



- Первые 50 отелей с категорией 3 звезды - ежегодно в эквиваленте 200 долларов за номер для каждого отеля;
- Первые 30 отелей категории 4 звезды ежегодно эквивалентны 400 долларам США за номер для каждого отеля.

#### **6. Частичное финансирование строительных расходов**

Часть расходов инвесторов на строительство и обустройство новой гостиницы компенсируется Государственным бюджетом Республики Узбекистан, если он будет введен в эксплуатацию до 1 января 2022 года. Размер финансирования:

- 40 миллионов сумов за каждый номер в отелях категории 3 звезды (при номерном фонде не менее 50 номеров);
- 65 миллионов сумов за каждый номер в отелях категории 4 звезды (при номерном фонде не менее 100 номеров).

**7.** Земельный участок, отведенный для строительства гостиницы после ее завершения, может быть продан инвестору на праве собственности.

#### **8. Отменены требования к отелям:**

- Разрешения для каждой стационарной торговой точки и заведения общественного питания, которые продают алкогольные напитки гостям (бар, мини-бар, кафе, ресторан), принадлежащие отелю и расположенные внутри него;
- Лицензии на предоставление транспортных услуг для своих гостей на трансфер из аэропорта, железнодорожного / автобусного вокзала до гостиницы и обратно, а также туристических объектов.

## **Выводы**

Ключевыми факторами роста индустрии гостеприимства в следующем десятилетии являются наличие улучшенной инфраструктуры, либерализация визового режима, налоговые и таможенные льготы, компенсация затрат инвестора на строительство гостиниц 3 и 4 звезды, предоставляемые со стороны государства.

С 15 июля 2018 года туристы могут въезжать на территорию Узбекистана по электронной визе, что позволяет находиться в стране до 30 дней. Он действителен в течение 90 дней с даты выдачи.

Более того, осенью 2018 года власти Узбекистана ввели льготные визовые категории иностранных гостей. Это касается, в частности, тех, кто отправляется в страны Шелкового пути; родившиеся в Узбекистане и их семьи; а также крупные инвесторы.

Согласно результатам исследования, прогнозируется, что рынок гостеприимства Узбекистана будет продолжать расти. Кроме того, в связи с недавним развитием свободных экономических зон и пристальным вниманием правительства к развитию туризма, индустрия гостеприимства, как ожидается, будет пополняться новыми высококачественными средствами размещения.

Политико-экономические реформы, а также активный курс правительства на развитие туризма и туристической инфраструктуры в стране будут способствовать увеличению как сегмента MICE, связанного с деловой активностью, так и рекреационного потока туристов.

Кроме того, следует рассмотреть и разработать другие, более рентабельные каналы продаж, кроме туроператоров. Текущие отельеры недооценивают возможности,

предоставляемые Интернетом, такие как онлайн-бронирование, высококачественные веб-сайты, маркетинг и продвижение в различных социальных сетях.

Тем не менее, мы считаем, что прогнозируемый скачок в развитии гостиничной и туристической инфраструктуры в регионе окажет благоприятное влияние на рост туристического трафика и имиджа местоположения, что обеспечит эффективные эксплуатационные показатели объектов на уровне, который, обеспечивает рентабельность инвестиций.

**Список использованной литературы**

Lex.uz. (2018). *НАЛОГОВЫЙ КОДЕКС РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН*. [ONLINE] Available from: <http://lex.uz/docs/1286689#1291588>.

Shakhrizod, N. (2019). *ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА*. [online] Uzbektourism.uz. Available at: <https://uzbektourism.uz/ru/research>

Stat.uz. (2019). *Statistika qo'mitasi - MAIN INDICATORS OF RECREATION AND TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN*.. [online] Available at: <https://stat.uz/en/press-center/news-of-uzbekistan/435-analiticheskie-materialy-en1/2062-main-indicators-of-recreation-and-tourism-development-in-the-republic-of-uzbekistan>

Национальное информационное агентство Узбекистана. (2019). *О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли*. [online] Available at: <http://uza.uz/ru/documents/o-merakh-po-uskorennomu-razvitiyu-turistskoy-otrasli-05-01-2019>.