

УДК 339.8

DOI: 10.56937/v2i10a10

Усманова Азиза Фозил кизи

преподаватель кафедры «Туризм»

Международного университета

Кимё в Ташкенте

ПЕРСПЕКТИВЫ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В САМАРКАНДЕ

***Аннотация.** В данной статье раскрыты особенности развития культурно - познавательного туризма в Узбекистане, а также описаны объекты культурного наследия, которые способствуют развитию данного вида туризма в республике. Кроме того, описаны результаты проведенного SWOT-анализа культурно-познавательного туризма. На основе чего даны авторские рекомендации по развитию культурного туризма и привлечению туристов в республику. Исследованы культурно-исторические ресурсы, которые являются наследием прошлых периодов общественного развития, играют важную роль в качестве основного ресурса для культурного туризма. Пространство, сформированное культурными ценностями, в определенной степени определяет направление рекреационных потоков и туристических маршрутов. Среди историко-культурных ценностей большую роль играют памятники истории и культуры, которые являются наиболее привлекательным и основным средством удовлетворения познавательных и культурных рекреационных потребностей. Памятники истории и культуры, в соответствии с их основными характеристиками, являются.*

***Ключевые слова:** культурный туризм, объекты культурного наследия, культурно-познавательный тур, Самарканд, Узбекистан*

Abstract. This article reveals the features of the development of cultural and informative tourism in Uzbekistan, as well as describes the objects of cultural heritage that contribute to the development of this type of tourism in the republic. In addition, the results of the conducted SWOT analysis of cultural and informative tourism are described. On the basis of which the author's recommendations are given for the development of cultural tourism and attracting tourists to the republic. Cultural and historical resources, which are the legacy of past periods of social development, play an important role as the main resource for cultural tourism. The space formed by cultural values, to a certain extent, determines the direction of recreational flows and tourist routes. Among the historical and cultural values, historical and cultural monuments play an important role, which are the most attractive and the main means of satisfying cognitive and cultural recreational needs. Monuments of history and culture are, in accordance with their main characteristics.

Keywords: cultural tourism, cultural heritage sites, cultural and informative tour, Samarkand, Uzbekistan

Введение. Сегодня культурный туризм имеет очень широкую направленность. Этот вид туризма зависит от круга интересов путешественника. Их может интересовать незнакомое, неизвестное, достопримечательности и предметы, которые они никогда раньше не видели. Существуют различные виды культурного туризма, включая фольклорный, тематический, исторический, театральный, этнографический, литературный и экскурсионный. Основными элементами познавательного туризма являются экскурсии, посещение памятников культуры, различных музеев и организаций. Все это призвано дополнить новые знания и впечатления.

Культурный туризм - это посещение исторических, культурных и природных достопримечательностей. Культурный туризм - популярный и востребованный вид туризма. Эти туры предназначены для ознакомления посетителей с туристическими достопримечательностями, историческими памятниками, художественными и

историческими объектами, природными и этническими аспектами, а также изучение жизни стран и народов мира.

Указом Президента Республики Узбекистан № УП-52 «О создании дополнительных условий для дальнейшего развития сфер туризма, культуры, культурного наследия» от 15 января 2022 года предусмотрено, «формирование и реализация целостной концепции развития туризма, ориентированной на коренное повышение туристского потенциала страны, а также осуществление единой государственной политики в сфере туризма». Действительно, имея большие возможности для развития культурно-познавательного туризма Республика Узбекистан может повысить свой статус на мировой арене, а также повысить долю поступлений от туризма в ВВП страны [1].

Анализ литературы. Культурный туризм является самой активной частью среди всех факторов туристической привлекательности. В современной интерпретации, культурный ландшафт имеет свойство универсальности, аутентичности и целостности как объект культурного и природного наследия. Культурный туризм существует вместе с другими факторами, которые играют очень важную роль в развитии индустрии туризма [7]. Как отмечает Сенин В. С. «культурный туризм, основанный на впечатлениях, как прямых, так и косвенных (опосредованных), в результате знакомства или изучения и познания чужой или своей собственной культуры и культурных артефактов, является одним из основных и самостоятельных видов туризма, предлагает туристу истинные, подлинные (аутентичные, нестандартизированные массовые) впечатления [5]. Неслучайно Веткин В.А. и Винтайкина Е.В. считают, что культурный туризм формирует культурно-историческое наследие, современное искусство, образ жизни и деловые практики, характеризующие туристскую дестинацию и связывающие потребителей туристских услуг, обеспечивающих доступ к культуре дестинации [2]. В свою очередь, Очилова Х.Ф. отмечает, что для специализированного культурно-познавательного туризма характерны подробные тематические туры. Например, специализированный этнографический тур подробно знакомит туриста с особенностями культуры, традиций, быта, кухни народа или народов региона, страны [3].

Неспециализированный культурный туризм предполагает различные тематические экскурсии, анимационные программы, которые носят скорее ознакомительный характер, то же относится к сопутствующему туризму [4].

То есть как отметил А. Норчаев, культурный туризм представляет собой сложный многопрофильный вид деятельности, в которую помимо традиционных составляющих инфраструктуры туризма (таких как туроператоры въездного туризма, гостиницы, авиаперевозчики, автотранспортные предприятия, специализирующиеся на обслуживании туристов, охранные предприятия) вовлечены многие другие организации и предприятия сферы услуг [6].

До 1980-х годов культурный туризм занимал небольшую нишу на туристическом рынке. Сегодня, по данным ЮНВТО, культурный туризм является одним из основных видов массового туризма. По оценкам Всемирной туристской организации UNWTO, в 2017 году культурно-познавательный туризм составил примерно 42% от всех поездок (37% в 1995 году), с ежегодным ростом на 15% [8].

Узбекистан обладает богатым историческим и культурным наследием с уникальной архитектурой и искусством. Древние исторические места Ташкента, Самарканда, Бухары, Шахрисабза, Хивы, Ургенча, Термеза и Каракалпакстана составляют основу развития культурно-познавательного туризма в Узбекистане. В стране насчитывается более 7 000 объектов культурного наследия, многие из которых включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. В настоящее время около 400 объектов культурного наследия включены в туристические маршруты и активно посещаются туристами. Это свидетельствует о большом потенциале туризма в республике [4].

Методология исследования. В статье используется метод сравнения зарубежного опыта по развитию культурно-познавательного туризма, с учетом видов объектов туризма в республике.

В ходе исследования использованы методы системного анализа, логического и сопоставительного анализа, методы анализа и синтеза, сравнительного анализа, причинно-следственный метод, пространственно-временной метод, традиционный, математический и статистический виды экономического анализа, социологического опроса. Методологической основой данного исследования стали работы отечественных и зарубежных специалистов в области культурно-познавательного туризма, объектов и достопримечательностей, планирования деятельности предприятий туризма и гостиничного бизнеса, а также образовательных учреждений, занимающихся подготовкой квалифицированных специалистов для сферы туризма. В качестве методологической основы исследования выступают структурно-логический и системный подходы, а также экономико-статистические, экспертных оценок, наблюдения.

Основная часть. Республика Узбекистан имеет огромным потенциал для развития культурно-познавательного туризма, т.к. в республике большое количество туристических достопримечательностей, археологических и архитектурных памятников, которые находятся под защитой ЮНЕСКО. В стране с высокими темпами развивается туризм. В этой связи принята Концепция развития туризма до 2025 года, создаются новые рабочие места, возрождаются ремесла, к примеру, знаменитая Самаркандская бумага, искусство миниатюры и т.д.[9].

Таким образом, культурно-познавательный потенциал республики характеризуется наличием богатого историко-культурного потенциала, темпами экономического роста и последовательной государственной поддержкой развития туризма. Все это способствует развитию культурно-познавательного туризма. Культурный туризм во многом является средством обмена, дальнейшего развития и сохранения единого культурного пространства региона. Культурный туризм можно рассматривать не только как вид туризма, но и как экспортную стратегию в развитии туризма в республике. Туризм становится устойчивым компонентом индивидуального досуга, способствуя охране культурного наследия и обмену культурной информацией. Для успешного достижения этой цели необходимо создать уникальный образ Узбекистана, отличающий его от других туристических направлений. Культурный туризм необходимо развивать именно как самостоятельное направление внутри туризма, а не как дополнение к историческому, религиозному или развлекательному туризму. Исторические памятники, красивые пейзажи, высокие горы, величественные озера. Их можно найти во многих странах, но они уже, кажется, потеряли некоторый интерес среди туристов, которые ищут инноваций в своих путешествиях. И мы должны предложить это "что-то новое". Целесообразно познакомить их с уникальными традициями и обычаями нашего народа, а также позволить им быть участниками красочных традиционных праздников, фестивалей, церемоний и приготовления изделия местных ремесел и национальные блюда.

Для определения спроса на культурные туры среди иностранных туристов, посетивших Узбекистан, группой ученых Самаркандского института экономики и сервиса было проведено маркетинговое исследование, путем анкетного опроса иностранных туристов, посетивших Самарканд [9]. В опросе приняли участие 1600 человек, 39 % из которых составили женщины, 56 % — мужчины. Основным мотивом посещения Узбекистана иностранными туристами является интерес к истории и культуре, образу жизни, возможности обмена взглядами с жителями, перспектива увидеть «неизвестную» страну. И «в подобные туры» изъявили желание отправиться 68,3 % опрошенных. Отметили, что к приезду в нашу страну туристы готовятся минимум 3–11 месяцев — 57 % респондентов. 47,5 % респондентов отметили, что в групповых турах приезжают люди старшего поколения. Увеличивается количество индивидуальных туристов — 20,2 % респондентов это туристы, заказавшие индивидуальный тур. Эти туристы, конечно заранее

изучают информацию о нашей стране. На выбор посещения нашей страны повлияли такие факторы, такие как «безопасность путешествий по Узбекистану» - (24,6 %), «привлекательные цены» (20,2 %) и «посты об Узбекистане в социальных сетях», «самобытность и культура Узбекистана, описанная в путеводителях, рекламных проспектах туристских фирм, телевизионных программах»-(56 %).

Это говорит о том, что все больше молодых и пожилых людей преодолевают пространственные барьеры в надежде приобщиться к иной культуре, получить новые знания и впечатления. При этом 91 % респондентов считают, что информационных (в первую очередь этнографических и культурных путеводителей) и рекламных материалов явно недостаточно». Хотя основную информацию об Узбекистане туристы берут из путеводителей — (52,9 %), сайтов туристских агентств — (30,3 %), сайтов по бронированию гостиниц (Expedia, Booking.com) (10.6 %), обзор сайта TripAdvisor - (18.2 %), социальных сетей (7,4 %). Из этого следует, что большой проблемой является недостаточная информированность потенциальных туристов о стране, в целом, и о туристском продукте в частности. Туристы не знают о существующих на территории Узбекистана культурных турах [8].

Культурный туризм, ориентированный на удовлетворение интересов как туристов, так и местного сообщества должен активно вовлекать местное население, государственные и местные органы, сферу образования в решение проблем сферы культурного туризма. В качестве успешных проектов в данном направлении можно назвать опыт г. Бельвилля (Франция), где местные жители активно участвуют в сопровождении туристов в качестве гидов; разработаны туристические программы, которые вовлекают местных жителей в экскурсионную деятельность. Конечно, такие формы участия резидентов в культурном туризме всегда были и есть в Самарканде, но, скорее, они носят частный характер и пока не институционализированы. В связи с этим, необходимо проводить рекламные компании, информационные туры с привлечением специалистов по туризму, преподавателей и студентов соответствующих специальностей, так как туристы, основную информацию о местах пребывания во время путешествия по Узбекистану, получали от местных жителей, гидов — (35,1 %). А также принимать активное участие с наглядными, красочными и просветительскими путеводителями в международных конференциях, выставках по туризму и в иных мероприятиях в целях популяризации культурного туризма. Так как 40,2 % респондентов основную информацию о местах пребывания во время путешествия по Узбекистану, получали из путеводителей. Несмотря на то, что практически любую информацию можно получить из печатных периодических изданий, художественной литературы и других источников. Самаркандский регион, заинтересованный в привлечении туристов, должен разумно планировать и развивать специальные программы и мероприятия, способствующие повышению интереса к его культуре, распространять информацию о своем культурном потенциале в расчете на привлечение потенциальных туристов.

Критерий новизны культурного турпродукта подразумевает ощущения необычности, не традиционности, нестандартности, отличности от собственной культуры. Ожидания потребителей связаны с переживаниями удивления, потрясения, восхищения, восторга от открытия нового. С точки зрения удовлетворения потребности в новизне, культурный турпродукт Узбекистана отвечает этому требованию западного туриста, т. к. в нашей стране уникальная культура, богатейшая история, со всеми ее артефактами в виде национального костюма, национальной кухни, предметами, стилем и духом национального быта, фольклором и обрядовостью что всегда привлекало иностранцев. Узбекские рестораны популярные среди местного населения привлекают 25,7 % туристов. 70,6 % туристов предпочитают останавливаться в гостиницах национального стиля. Значительно возросло оформление национального дизайна и эстетики интерьеров в оформлении общественных мест, ресторанов, кафе, клубов, а также музыкальной, визуальной и исполнительской культур. Местные жители открывают ремесленнические дома, где предоставляют пакет

услуг с мастер классами по приготовлению пищи, показом национальных и культовых обрядов местных жителей. Еще раз подчеркнем, что именно жители города формируют впечатления от культуры и самобытности места, создают его атмосферу. Рост заинтересованности местного населения в создании культурных благ, является необходимым условием развития всей инфраструктуры культурно-познавательного туризма.

Сегодня культурно-познавательный туризм является одним из основных видов туризма, получивших широкое распространение. Высокий спрос на этот вид туризма связан с растущей потребностью общества в увеличении своего человеческого капитала, знаний и интеллектуального уровня. По мнению экспертов, на культурно-познавательный туризм приходится 35% и даже 60% мирового туризма.

Для того чтобы понять потребности людей в вышеупомянутых культурно-познавательных поездках, была проведена анкета. Результаты опроса показали, что из 522 опрошенных 156 человек хотели бы посетить исторические места, 150 - посетить местные дома, 143 - посетить музыкальные фестивали и пообщаться с местными жителями, 143 - посетить национальные парки, 136 - посетить музеи, 136 - посетить и принять участие в приготовлении пищи и увидеть, как готовятся национальные блюда. 133 респондента. Еще 126 хотели побывать на свадьбе, 120 - посетить деревню или сельскую местность; 106 туристов интересовались "эко-турами" и "горными районами". Танцы и пикники интересовали 96 туристов. Ремесленные изделия заинтересовали 82 туристов. Данные опроса показывают, какие туры туроператорам надо развивать, т.е. на каких видах туров им нужно сосредоточиться, чтобы расширить свое предложение и разнообразить туры.

Анализ потребностей в культурно-познавательном туризме выявил ряд соображений, которые необходимо учитывать при разработке культурно-познавательных турмаршрутов в Самарканд.

- Недостаточная информированность потенциальных туристов о Самарканде и туристических продуктах.
- Отсутствие единообразия в проведении культурных туров.
- Из 45 туроператоров в городе только 12 занимаются культурным туризмом.
- В турах не учитываются национальности туристов и точки возможной диверсификации.
- Они не знают, что в Узбекистане существуют культурные туры.
- Узбекистан не имеет значительного присутствия на международном туристическом рынке.
- Недостаточное развитие инфраструктуры.

Поэтому для развития и продвижения культурного туризма в Узбекистане и соседних регионах необходимо проводить активную маркетинговую и рекламную деятельность в стране и за рубежом.

Результаты исследования. В настоящее время, Узбекистан полностью открыт для зарубежных путешествий из всех стран мира. Сняты все ограничения на путешествия, с марта 2022 года в Узбекистане наметились позитивные тенденции быстрого восстановления сферы туризма, о чем свидетельствует высокий уровень загрузки различных средств размещения в стране, в том числе отелей, гостиниц, гостевых домов и т.д.

В связи с наметившимися тенденциями в мире по выходу из глобальной пандемии, связанных с Covid-19 ожидается, что в ближайшее время поток туристов будет существенно увеличен с темпами прироста не менее 30% в год. Это требует осуществления дополнительных международных авиационных пассажирских перевозок, расширения географии полетов, как национального авиаперевозчика, так и привлечения иностранных авиакомпаний, в особенности бюджетных направлений перевозок [10].

Маркетинговые исследования рынка культурно-познавательного туризма Самаркандской области и республики в целом свидетельствуют о том, что пост-

пандемийный период, ожидается большой спрос на новые направления, турмаршруты и открытие новых рейсов авиасообщения.

Как видно, все иностранные туристы, прилетевшие в Узбекистан, обязательно посещают город Самарканд, т.к. там сосредоточены большое количество исторических туристических достопримечательностей. Кроме того, внутренние туристы также активно посещают Самарканд, вследствие того, что высокоскоростной поезд «Афросиаб» позволяет утром выехать в Самарканд и вечером вернуться, т.е. можно организовать туры выходного дня.

Исходя из данных рис.3 можно сделать вывод, что государственная поддержка туристического бизнеса и выделение субсидий для строительства гостиниц привело к увеличению количества гостиниц и других средств размещения. Необходимо отметить, что большая часть этих средств размещения в гостиницы три звезды и гостевые дома, которые в регионах и Самарканде больше всего. Семейные гостевые дома также позволяют обеспечить занятостью местное население и улучшить их уровень благосостояния.

В отличие от других областей республики в Самарканде очень много гостиничных хозяйств, т.к. местное население уже освоило данный вид предпринимательства, которому предоставляются налоговые льготы и преференции.

Как уже было выше упомянуто удобная транспортная развязка, наличие авиарейсов и железнодорожных рейсов в Самарканд, способствует тому, что внутренние туристы самостоятельно выезжают на weekend.

Следующим видом маркетингового анализа является SWOT – анализ, который был проведён автором. SWOT – анализ культурно-познавательного туризма Самаркандской области (см. табл. 1), результаты которого позволяют сделать следующие выводы по сильным и слабым сторонам, а также выделить перспективы и угрозы, возможные риски для дальнейшего развития культурно-познавательного туризма.

Таблица 1.

SWOT – анализ культурно-познавательного туризма Самаркандской области¹

| | Положительное влияние | Отрицательное влияние |
|-------------------------|---|---|
| Внутренняя среда | <p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уникальный культурно-исторический потенциал и богатейшие природно-рекреационные ресурсы, благоприятный климат. 2. Этническое многообразие населения. 3. Компактность территории и транспортная доступность (авиа, автомобильное и железнодорожное; автотрасса М-39). 4. Политическая важность для Республики Узбекистан. | <p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость охраны, восстановления и реставрации многих туристско-экскурсионных объектов, лечебно-оздоровительных учреждений, гостиничных предприятий. 2. Отсутствие инновационных подходов и технологий в сервисной деятельности предприятий индустрии гостеприимства. 3. Рекреационная отсталость некоторых районов области. 4. Слабая оснащенность некоторых средств размещения и неразвитость туристской инфраструктуры. 5. Неравномерное распределение турпотока по сезонам. 6. Невысокий уровень информационного обеспечения, отсутствие рекламы, инновационных подходов в организации и четкой стратегии продвижения подвидов культурного туризма. |

¹ Разработано автором статьи

| | | |
|----------------------|---|--|
| Внешняя среда | <p style="text-align: center;">Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Функционирование в Самаркандской области, т.е. в Ургутском районе свободной экономической зоны. 2.Заинтересованность государственных структур в финансовой поддержке развития туристской отрасли в республике. 3.Возможности расширения сети тематических туристских маршрутов (по всем видам туризма). 4. Создание инновационных экскурсионных и развлекательных центров. 5. Создание туристско-информационных центров и интернет-сайтов с информацией о туристических предложениях области. 6.Равномерное развитие туристских кластеров исходя из специфики района. | <p style="text-align: center;">Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Трудности внешнеэкономической обстановки. 2. Конкуренция с близлежащими туристическими областями, предлагающими предложения по аналогичным видам отдыха. 3. Сложности, связанные с «невнятным» пониманием местного населения, занятого в индустрии гостеприимства, со стандартами обслуживания в туризме. |
|----------------------|---|--|

Как видно из таблицы 1, существующие угрозы развития культурного туризма в Самарканде возможно устранить для повышения привлекательности туризма и позиционирования отдельных объектов туризма. Что касается возможностей, на наш взгляд целесообразно создать региональный бренд, посвященный историко-культурным элементам. Все это, несомненно, внесет дополнительный вклад в создание и поддержание положительного имиджа Самарканды как безопасного, интересного, доступного и модного туристического направления.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что культурно-познавательный потенциал Самаркандской области характеризуется наличием богатого историко-культурного потенциала, темпами экономического роста и последовательной государственной поддержкой развития туризма. Все это способствует развитию культурно-познавательного туризма. Культурный туризм во многом является средством обмена, дальнейшего развития и сохранения единого культурного пространства региона. Культурный туризм можно рассматривать не только как вид туризма, но и как экспортную стратегию в развитии туризма в Самаркандской области. Туризм становится устойчивым компонентом индивидуального досуга, способствуя охране культурного наследия и обмену культурной информацией. Для успешного достижения этой цели необходимо создать уникальный образ Узбекистана, отличающий его от других туристических направлений. Культурный туризм необходимо развивать именно как самостоятельное направление внутри туризма, а не как дополнение к историческому, религиозному или развлекательному туризму. Исторические памятники, красивые пейзажи, высокие горы, величественные озера. Их можно найти во многих странах, но они уже, кажется, потеряли некоторый интерес среди туристов, которые ищут инноваций в своих путешествиях. И мы должны предложить это "что-то новое". Мы должны не только познакомить их с уникальными традициями и обычаями нашего народа, но и научить их быть свидетелями и даже участниками красочных традиционных праздников, фестивалей и церемоний, а также готовить изделия местных ремесел и национальные блюда [4].

В настоящее время Узбекистан полностью открыт для иностранных гостей со всех уголков мира. Все ограничения на поездки были сняты, и есть положительные признаки быстрого восстановления туризма, о чем свидетельствуют высокие показатели

заполняемости гостиниц, отелей, гостевых домов и различных других средств размещения в Узбекистане с марта 2022 года [10].

Мы считаем, что культурно-познавательный туризм является средством самофинансирования наследия и выступает источником внебюджетных инвестиций в новые исследования, реконструкцию и сохранение памятников материального и нематериального наследия и природных достопримечательностей, особенно стимулируя фольклор и поддерживая другие научные, культурные и этнические традиции, народное искусство и ремесло. Культурно-познавательный туризм при правильной организации будет способствовать улучшению социальных условий и повышению покупательной способности населения, стимулируя развитие науки, культуры и экономики.

Выводы. Мы знаем, что нынешние условия требуют государственной поддержки туризма и смежных отраслей. Восстановление после пандемии позволило многим туристическим операторам продолжать работу, несмотря на непредвиденные трудности. Кроме того, поддержание занятости, сохранение прибыльности туристических предприятий и ускорение восстановления туристической отрасли являются приоритетными задачами на 2023 год и далее.

Цели развития туризма Республики Узбекистан на 2022-2023 годы направлены на преобразование туризма и достижение целевых показателей, основанных на следующих столпах: диверсификация и повышение качества туристических услуг, привлечение иностранных инвестиций, эффективное продвижение туристических продуктов, развитие культурно-познавательного туристического потенциала республики.

Предложение автора по развитию культурно-познавательного туризма и механизм реализации задач по повышению конкурентоспособности индустрии туризма на международном рынке заключается в содействии развитию индустрии туризма в Узбекистане, передовому развитию инновационных технологий в сфере туризма, развитие транспортной инфраструктуры, диверсификация туристических продуктов, повышение качества обучения в секторе туризма, а также улучшение нормативно-правовой базы.

Рекомендации по продвижению культурно-познавательного туризма.

1. Решение проблем культурного туризма требует активного участия местных жителей, национальных и местных властей и образовательного сообщества.

2. Использовать все свои артефакты в виде уникальной культуры, богатой истории, народных костюмов, национальной кухни, предметов, стилей, духа национальной жизни, фольклора и ритуалов.

3. Создать национальный дом с пакетом услуг, таких как кулинарные мастер-классы, выставка местных этнических и религиозных обрядов и т.д.

4. Создать сеть информационных центров для иностранных и узбекских туристов в регионах с наибольшим туристическим потоком.

5. Организация ознакомительных туров, т.е. пресс-туров, в туристические центры Самарканда для иностранных журналистов

6. Организация презентаций о туристических возможностях Самарканда в странах, куда можно отправить туристов.

Таким образом, интенсивное развитие туризма в Узбекистане, включая развитие инфраструктуры, соответствующей международным стандартам, создание региональных структур, укрепление сотрудничества с зарубежными партнерами и бережное отношение к историко-культурному наследию, обеспечили привлекательность туризма и увеличение его доли в национальном производстве.

Литература

1. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-52 «О создании дополнительных условий для дальнейшего развития сфер туризма, культуры, культурного наследия» от 15 января 2022 года/

2. Долженко Г.П. Рекреационная география, туризм, экскурсионное дело. Вып. 2 Библ. Указатель. Ростов-на-Дону. Ростовский университет. 1989, - 190 с.
3. Очилова Х. Ф. Перспективы этнопарков в Узбекистане //Туризм и гостеприимство. – 2020. – №. 1. – С. 69-75.
4. Очилова Х. Ф., Умирова Д. С. Гастрономический туризм: теория и практика. – ООО Директ Медиа, М.: 2021.
5. Сенин В. С. Организация международного туризма. М.: Финансы и статистика, 1999. с.74.
6. Норчаев А.Н. Туризмда рақамли инновацион технологияларни жорий қилиш йўналишлари. «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» научный электронный журнал. № 2, март-апрель, 2020 год.
7. Жураева Ф.Ж. Ўзбекистонда covid-19 пандемияси шароитида туризмни ривожлантиришда инновацияларнинг аҳамияти. «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» научный электронный журнал. № 6, ноябрь-декабрь, 2020 год.
8. www.unwto.com - сайт Всемирной туристской организации
9. www.lex.uz – сайт нормативно-правовых документов РУз
10. www.stat.uz- Агентство по статистике при Президенте РУз. URL: <http://www.stat.uz/ru/index.php/interaktiv/demograficheskie-dannye>