

Якубова Элнора-Хан Талабхановна*Руководитель проекта**Институт макроэкономических
и региональных исследований**yakubovaelnora@mail.ru*

ОЦЕНКА ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы современного состояния внутреннего и особенностей развития туризма в Узбекистане, факторы, обуславливающие его устойчивое развитие. С помощью применения метода анкетного опроса выявлены аспекты, сдерживающие развитие туризма и туристический поток местных путешественников, дана оценка инфраструктурным составляющим туристической отрасли. На основе исследования, проведенного авторами, представлены предложения и рекомендации по дальнейшему развитию туристического сектора, как особо привлекательной формы отдыха и проведения досуга населения.

Ключевые слова: *внутренний туризм, культура и традиции, путешествие, инфраструктура, туристический поток, туроператоры и турагентства, гостиницы, туристические карты, местные достопримечательности, агротуризм, лечебно-оздоровительный туризм, частно-государственное партнерство, регионы.*

Annotation

The article deals with the issues of the current state of domestic and peculiarities of tourism development in Uzbekistan, factors that determine its sustainable development. By applying the method of questionnaire survey, the aspects constraining the development of tourism and tourist flow of local travelers are identified, the infrastructural components of the tourism industry are assessed. On the basis of the research conducted by the authors, proposals and recommendations for further development of the tourism sector as a particularly attractive form of recreation and leisure of the population are presented.

Key words: *domestic tourism, culture and traditions, travel, infrastructure, tourist flow, tour operators and travel agencies, hotels, tourist maps, local attractions, agrotourism, health tourism, public-private partnership, regions.*

Аннотация

Мақолада Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг ички ва ўзига хос хусусиятларининг ҳозирги ҳолати, унинг барқарор ривожланишига ёрдам берадиган омиллар кўриб чиқилади. Анкета усулидан фойдаланиб, туризмни ривожлантириш ва маҳаллий саёҳатчиларнинг туристик оқимиغا тўскинлик қилувчи жиҳатлар ва туризм саноатининг инфратузилма таркибий қисмлари баҳоланган. Муаллифлар томонидан олиб борилган тадқиқотлар асосида туризм соҳасини аҳоли учун дам олиш ва ҳордиқ чиқаришнинг ўзига хос жозибадор шакли сифатида янада ривожлантириш бўйича таклиф ва тавсиялар келтирилган.

Калит сўзлар: *ички туризм, маданият ва анъаналар, саёҳат, инфратузилма, туристик оқим, туроператорлар ва сайёҳлик агентликлари, меҳмонхоналар, туристик хариталар, маҳаллий диққатга сазовор жойлар, агротуризм, соғлиқни сақлаш туризми, давлат-хусусий шерикчилик, ҳудудлар.*

Введение

Туризм является одной из самых динамично развивающихся и высокодоходных сфер экономической деятельности. Данный сектор обладает высокой экономической и социальной значимостью для экономики многих стран, в том числе и для Узбекистана, что

подтверждается результатами исследований, проведенными авторами. Современные условия жесткой конкуренции на туристском рынке, экономическая и политическая нестабильность во многих странах, быстро растущие потребности и запросы туристов говорят о необходимости перехода на инновационный путь развития отрасли.

Туризм как один из основных видов международной деятельности для многих стран стал важнейшим источником дохода. Так, ВВП некоторых стран практически полностью формируются за счет туристского потока (Греция, Мальдивы, Багамские острова, Макао, Кабо Верде). Согласно данным Всемирной туристской организации к 2030 году число международных туристских прибытий достигнет 1800 миллионов.

В свою очередь, туризм оказывая огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития страны и ее регионов.

В условиях Узбекистана, при наличии богатого природно-ресурсного и рекреационного потенциала страны туризму как дополнительного источника повышения занятости и доходов населения оказывается ведущее внимание на уровне регионов, включая города и районы, махали. В стране поэтапно формируется нормативно-правовая база, сформирована институциональная система управления развитием туризма, для эффективного использования местного туристического потенциала созданы структурные подразделения управления туризма во всех регионах. Развитию туристической индустрии содействуют такие организации, как Центр сертификации туристических услуг, Институт развития туризма, Национальный PR-центр.

В тоже время в Узбекистане возникает необходимость в определении перспектив развития государственного управления в сфере туризма с учетом национальных, географических, климатических, политических, экономических и других особенностей. Следует отметить, что принятие Постановления №ПП-4095 от 5 января 2019 года «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли» послужило интенсивному развитию туризма, созданию и продвижению на мировые рынки национального продукта на основе создания благоприятных экономических стимулов и организационно-правовых условий. Кроме этого реализация Постановления Президента Республики Узбекистан от 27 июля 2023 года №ПП-238 «О мерах по дальнейшему ускорению реформ и эффективной организации системы государственного управления в сфере туризма» послужит для дальнейшего совершенствования туристской инфраструктуры путем привлечения дополнительных инвестиций в сферу туризма и создания благоприятных условий для частного сектора, повышения занятости населения, расширения маршрутов движения транспорта, усиления пропаганды туристского потенциала республики на внутреннем и внешнем рынках, а также внедрения новых процедур в государственное управление данной сфере.

Следует отметить, что принятие стратегии «Узбекистан-2030» в той или иной степени стала важным инструментом в развитии отрасли. Так, Стратегия «Узбекистан-2030» предполагает развитие «драйверных» отраслей и полное использование потенциала регионов в рамках увеличения числа туристов путем создания широких условий для развития внешнего и внутреннего туризма в Узбекистане. Для этого планируется реализация следующих задач:

- доведение числа зарубежных туристов до 15 миллионов, внутренних туристов – до 25 миллионов, туристов, приезжающих по паломническому туризму – до 3 миллионов;
- создание в республике 30 крупных туристских кластеров, увеличение не менее чем в 2 раза количества гостевых мест, строительство 25 канатных дорог в горной местности, доведение количества туристских махали до 175;
- доведение экспорта туристских услуг до 5 миллиардов долларов, медицинского и образовательного туризма – до 1,5 миллиарда долларов в год;
- внедрение системы «Tax free» во всех международных аэропортах для

приобретенной и оформленной в республике продукции иностранных туристов;

- разработка национальной программы «Жемчужины древней истории» и реставрация в ее рамках объектов культурного наследия, создание на территории памятников «музеев под открытым небом»;

- дальнейшее стимулирование создания компаний, обеспечивающих междугородние автобусные маршруты в масштабах страны;

- создание всего более 1 000 электростанций, пунктов питания и отдыха, торговли и обслуживания и т.д.

С учетом вышеизложенного, авторами поставлена цель – изучить особенности внутреннего туризма в Узбекистане, что, в свою очередь, послужит выработке действенных предложений и рекомендаций

Обзор литературы

Теоретические аспекты управления устойчивым туризмом рассматривались в работах многих ученых. Так, например, Басюк А.С. в своем исследовании напрямую не пишет об устойчивом развитии туризма, но уточняет, что развитие оздоровительного туризма происходит по трем основным направлениям: экономическому, эколого-инфраструктурному и социальному, что в полной мере соответствует принципам устойчивого развития.

В работе Хоссейни С.А. представлена оценка устойчивого туризма в районах с наибольшим туристическим потенциалом провинции Исфahan. Работа представляет особый интерес в связи с тем, что в ней рассмотрены три основных аспекта устойчивого туризма (экономический, социокультурный, экологический), включающие 11 показателей экономической устойчивости, 11 показателей социокультурной устойчивости, 7 показателей экологической устойчивости.

По мнению Кочкорбаевой М.Д. обществу необходим постепенный переход на путь устойчивого развития туризма, так как для этого существует ряд причин: диспропорции в социально-экономическом развитии регионов, низкий уровень качества жизни населения и т.д.

В работе Махлюф А. хотя в названии присутствует словосочетание «устойчивый туризм», рассматривается использование и внедрение зеленых технологий в бизнес-процессы индустрии туризма и гостеприимства, с целью чего представлены пять кейсов «зеленых» отелей, предлагающих гостям экологичный отдых мирового класса.

Существуют ряд причин, по которым тема экономических эффектов туризма особенно актуальна как для экономических исследований, так и для управленческой практики:

- в отличие от других секторов, экономическая значимость которых чаще всего не оспаривается, и соответственно широко признана, органам государственного управления необходимо определить экономическую значимость туризма для обоснования выделяемых на развитие туризма финансовых ресурсов, принимаемых для регулирования отрасли нормативных актов, разрабатываемых программ и планов развития, налогообложения и субсидий.

В ряде опубликованных работ туризм рассматривается как путь экономического развития для отстающих, структурно слабых периферийных районов, как отрасль, обеспечивающая рабочие места и рост доходов дестинации, приток капитала и предотвращение внутренней миграции за счет создания позитивных социально-экономических перспектив. При этом эмпирические исследования показывают, что большие надежды на экономический потенциал туризма далеко не всегда оправданы.

Основная трудность в определении границ туристического сектора состоит в том, чтобы установить, какие инвестиционные затраты следует отнести на развитие туризма. Несмотря на то, что до сих пор не все исследователи рассматривали туризм как «сектор» с точки зрения национального бухгалтерского учета, он включает в себя комплекс товаров и услуг, которые предоставляются специально для потребителей (туристов) и не были бы

предоставлены в ином случае. Из-за взаимосвязи с другими секторами экономики довольно сложно анализировать результаты туристской деятельности и осуществлять планирование в отрасли. Отсутствие надежных статистических данных порой затрудняет определение механизмов, с помощью которых туризм способствует росту, а также его потенциала для развития.

Из-за сложной структуры различных отраслей, образующих туристический сектор, требуются значительные эмпирические исследования для измерения экономической значимости туризма для этих подсекторов и отраслей, а также для национальной/региональной экономики в целом. Туризм рассматривается как средство ускорения экономического роста благодаря его положительному влиянию на экономику в целом. Ряд авторов исследовали зависимости между туризмом и различными отраслями национальной и/или региональной экономики совместно с количественной оценкой как прямых, так и косвенных внешних эффектов, связанных с расширением туристического сектора. Исследователями учитываются «мультипликативные эффекты» туризма, чтобы отразить вторичные эффекты туристских расходов и показать широкий спектр секторов региональной и местной экономик, которые могут получить выгоду от туризма.

Методология

Методологической базой исследования являются общенаучные методы познания: индукция, дедукция, анализ, синтез, диалектическая логика. В исследовании использовался метод анализа, сравнения и сопоставления статистических данных. При этом в научном наблюдении использовались методы сравнительного анализа. В ходе исследования также были изучены научные труды отечественных и зарубежных авторов, нормативно-правовые акты Республики Узбекистан, электронные ресурсы. Также в исследовании использован метод анкетирования. Онлайн-опрос общественного мнения, включающий 20 вопросов, позволяет выявить факторы обусловившие развитие внутреннего туризма и сдерживающие его.

Результаты и обсуждение

В 2022 году в страну всего прибыло 5,2 млн. чел. (в 1-кв 2023 г. 1,5 млн. чел.). В структуре туристического потока в Узбекистан наибольшую долю составляют граждане стран СНГ – 95,0% (в 1-кв 2023 г. 95,4%).

Основной целью поездок иностранных граждан в страну является посещение родственников – 89,1% (в 1-кв 2023 г. 88,9%). В данной категории наибольшее количество туристов приходится на Казахстан (31,8%), Кыргызстан (29,2%) и Таджикистан (27,9%). С целью отдыха и досуга в Узбекистан приехало лишь 7,4% от общего туристического потока. Весомая часть туристов – граждане России (37,6%), Казахстана (11,2%) и Турции (6,3%).

Основная возрастная категория граждан, посетивших Узбекистан, составляет 31-55 лет (49,6%, в 1-кв 2023 г. 52,1%); лица старше 56 лет составили 20,3% (в 1-кв 2023 г. 19,9%). К слову, в Узбекистане для 86 стран мира действует безвизовый режим. Для сравнения: в Казахстане – 26, Турции – 41, Грузии – 56 стран.

Также мы изучили состояние развития внутреннего туризма в Узбекистане. Нами с целью изучения состояния внутреннего туризма в Узбекистане в марте-апреле месяцах 2023 года проведен онлайн-опрос среди 1032 респондентов, в том числе по гендерному составу 46,7% - женщины, 53,3% - мужчины.

Текущее состояние и особенности внутреннего туризма в стране показывает на следующие особенности отрасли:

по частоте путешествий более 1/2 части (58,5%) респондентов хоть раз в год совершают внутренние поездки (в том числе 33,5% - раз в год, 16,6% - раз в 3 месяца, 8,3% - раз в месяц). Вместе с тем 32,3% опрошенных изложили желание путешествовать и увидеть достопримечательности страны. Сдерживающими факторами, отражающимися на развитии внутреннего туризма и повышении спроса на туристические услуги являются наличие денежных средств (24,7% респондентов), недостаток свободного времени (27,0%) и информации о туристических объектах (17,6%). Причем, если у мужчин недостаток

свободного времени обозначен, в большей степени, ввиду занятости в государственной службе; то у женщин – государственной службе и ухода за ребенком.

по возрастному признаку внутренний туризм наиболее распространен среди экономически активного населения; активная категория путешествующих внутри страны относится к населению 26-35 лет (33,4% опрошенных), 36-55 лет (33,6%). Эта же возрастная группа отмечается лидирующей среди населения, желающего путешествовать (37,5% и 33,9%, соответственно).

Узбекистанцы предпочитают путешествовать преимущественно с семьей (51,5% опрошенных), с друзьями (26,0%), что обусловлено менталитетом населения и значимостью института семьи в обществе. Природно-географические особенности, культура и традиции населения, богатое историческое наследие страны обусловили привлекательность паломнического (53,7% опрошенных), горно-курортного (52,7%, т.е. частота ответа приходится в среднем на каждого второго респондента), культурно-образовательного (36,4%), оздоровительного туризма (35,8%) и солнечного пляжа (35,4%, т.е. для каждого третьего респондента). Вместе с тем среди молодежи (до 35 лет) возрастает также интерес к экстремальному, спортивному, фестивальному туризму, агротуризму.

Вместе с тем, оценка инфраструктурной составляющей туристической отрасли выявила следующее:

- в туристических поездках сохраняется предпочтение населения путешествовать внутри страны самостоятельно, не прибегая услугам туроператоров и турагентств. Так, на вопрос «Пользуетесь ли вы услугами туроператоров в поездках?» 52,6% опрошенных, хоть раз в год совершивших внутренние поездки, ответили отрицательно и обозначили, что в путешествии организуют свой досуг самостоятельно; услугам туроператоров и туристических агентств обращались порядка 22% респондента;

- информационное обеспечение становится важным инструментом развития внутреннего туризма. На вопрос «Какие информационные ресурсы вы используете при выборе места отдыха?» 67,7% респондентов, хоть раз в год совершивших внутренние поездки, обозначили рекомендации знакомых, друзей и родственников, 50,0% - социальные сети, 31,0% - специальные сайты, тогда как использование рекламных буклетов и брошюр, представляющих местные достопримечательности, места отдыха и досуга, населением сохраняется весьма низкой (19,5%).

Оценка удовлетворенности населения в туристических поездках позволила сгруппировать их по степени важности решения проблем:

✓ в I группу наиболее актуальных факторов, требующих безотлагательного решения, вошли качество автомобильных дорог, цены на проживание в гостинице и транспортные перевозки, доступ к водоснабжению и санитарным услугам;

✓ во II группу со средним уровнем удовлетворенности туристов вошли такие факторы, как наличие туристических карт и информации, нахождение транспорта, гигиена и санитария в местах общественного питания, доступ к электроснабжению;

✓ III группа с относительно удовлетворительным мнением общественности включает информацию о достопримечательностях в интернете, гостиничный сервис, поиск гостиниц и нахождение мест общественного питания.

В целом при богатом туристическом потенциале страны и ее регионов спрос на внутренний туризм остается недостаточно развитым. Внутренние поездки осуществляются преимущественно на относительно близкие расстояния (в пределах своей территории). Дальние туристические поездки с ночевкой требуют определенных денежных затрат и времени, что не под силу большинству местного населения, особенно жителей сельской местности. В связи с этим такие поездки осуществляются при вынужденных обстоятельствах (командировки лиц трудоспособного возраста, лечебно-оздоровительный туризм, преимущественно населения пожилого возраста, отдых для детей в летних лагерях и пр.).

Случаи несоответствия условий требованиям санитарии и гигиены, особенно в отдаленных сельских территориях, неэффективность имеющегося или зачастую отсутствие информации о туристическом потенциале местности, бренда туристической территории сдерживают туристские потоки внутри страны.

Заключение

В рамках проведенного исследования авторами разработаны предложения по повышению привлекательности внутреннего туризма Узбекистана:

1. Для диверсификации внутреннего туризма и продвижения туристической отрасли:

внедрение нетрадиционных (нестандартных) туристских направлений (MICE-туризм, гастрономический, спортивный, натуралистический, Агро экотуризм, зеленый сельский туризм, арт-туризм, детский и т.д.) с целью глубокого познания местных достопримечательностей для широкого круга заинтересованных групп и возрастного контингента населения;

развитие малых городов, городских поселков, сельской местности как современных туристических центров с целью сохранения местных традиций и исторического наследия местности;

расширение частно-государственного партнерства в решении вопросов размещения туристических объектов и благоустройства территории, в том числе мер по реконструкции и капитальному ремонту внутренних дорог, строительству объектов придорожной инфраструктуры;

развитие региональных туроператоров и туристических центров как инициаторов предоставления схем туристических маршрутов в зависимости от времени и уровня затрат;

проведение конкурсов «Знание местных традиций и историко-культурного наследия» между учащимися общеобразовательных школ, ВУЗов с поощрением участников и победителей в виде туристической поездки по регионам страны.

2. Создание благоприятной транспортной инфраструктуры и развитие информационных ресурсов:

развитие внутренней сети общественного транспорта, доступного по цене и качеству обслуживания, обеспечивающей бесперебойное движение туристического потока с предоставлением льгот для дальних (межобластных) поездок (скидки на гостиницу, питание, парковку и т.д.);

развитие транспортных услуг, предоставляемых местными жителями на основе партнерства частного бизнеса и домашних хозяйств (на основе договоров между Центром туристических услуг с местным населением, имеющим соответствующее транспортное средство); в этом плане предлагается реализация адресных мер по привлечению частного сектора и стимулированию предпринимательской активности;

тарификация транспортных туристских перевозок (например, применительно к микроавтобусам, маршрутным такси) согласно классификации туристических территорий по географическому фактору (протяженности автомобильных дорог от объекта до центра);

создание соответствующей уличной инфраструктуры (например, пешеходных бульваров, санитарно-гигиенических узлов, элементов благоустройства для группы людей с ограниченными возможностями) в туристских центрах;

создание специальных туристических пакетов для каждого региона страны (система туристических объектов с указанием особенностей досуга и отдыха, маршрутом), видео обзоров факультативной экскурсии в 3D и 5D форматах для визуального воспроизведения информации. Причем, видеоролики следует распространить для пользования общественности в открытом доступе;

формирование реестра населенных пунктов со статусом “туристическая махалля”, “туристическая территория” с последующей разработкой электронной платформы. Платформа должна включать сведения об объекте (виды услуг, оказываемых на

территории), географическое размещение (отдаленность от областного/районного центра), наличие производственной инфраструктуры (протяженность внутренних дорог, в том числе подлежащих строительству, ремонту), систему туристской навигации, отзывы посетителей. В этом плане следует рассмотреть вопросы внедрения единой туристической карты для посещений объектов достопримечательности, действующих в течение 1-2 лет;

создание туристического бренда каждого региона страны на базе ведущих объектов, и на этой основе формирование территориально-туристского кластера (расширение бизнеса на соседние территории) позволит объединить интересы городских и сельских предпринимателей.

Список использованной литературы:

1. Бушуева И.В. Новые стратегические приоритеты развития туризма в России // Сервис plus. 2019. Т. 13. № 4. С. 25—33.
2. Будник В.Н., Силина Е.Д., Николаева Н.А. Современный опыт развития туризма в России и за рубежом: основные проблемы // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. Т. 13. № 1. С. 4—12.
3. Engle R.F., Granger C.W.J. Cointegration and error correction: Representation, estimation and testing // *Econometrica*. 1987. Vol. 55. P. 251—276.
4. Mayer M., Vogt L. Economic effects of tourism and its influencing factors: An overview focusing on the spending determinants of visitors // *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*. 2016. Vol. 8. no. 2. P. 169—198.
5. Таджиева С.У., Кодирова М.М. Основные направления развития программы локализации в Узбекистане // *Современные тенденции развития науки и производства*, 2016. С. 374-377.
6. 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).
7. Rustamovna T.H., Anvarovich K.A. The role of small businesses to improve the export potential // *Academy*, 2016. № 12 (15).
8. Djuraeva Z.T., Khurramov O.K. Specialty of the usage of electronic marketing in tourism // *International Scientific and Practical Conference World science. ROST*, 2015. Т. 4. № 4. С. 61-65.
9. Ибрагимова Н.М., Якубов Н.А., Повышение роли туризма как важной отрасли экономики Узбекистана, Институт прогнозирования и макроэкономических исследований при Министерстве экономического развития и сокращения бедности Республики Узбекистан, IFMR, 2021г. №5, с.
10. Указ Президента Республики Узбекистан от 5 января 2019 года № УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан»
11. Постановление Президента Республики Узбекистан, от 27 июля 2023 года № ПП-238 «О мерах по дальнейшему ускорению реформ и эффективной организации системы государственного управления в сфере туризма».
12. Басюк А.С. Оздоровительный туризм и его влияние на устойчивое социальноэкономическое развитие региона // *Электронный сетевой политематический журнал "Науч- Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. Т.9, № 1, 2023 *Research Result. Business and Service Technologies*, 9(1), 2014. № 5. С. 47-60
13. Хоссейни С.А. Оценка устойчивого туризма в районах с наибольшим туристическим потенциалом с акцентом на социальных, экономических и экологических показателях // *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 1-1. С. 1817.
14. Указ Президента Республики Узбекистан, от 11 сентября 2023 года № УП-158 О Стратегии «Узбекистан – 2030».
15. B.N. Navruz-Zoda, N. Ibragimov. Uzbekistan. *World Journal of Tourism Small Business Management*. Volume 1 (3), 2007.43-49.
16. Khidirova G. The world experiance of providing economical development in the region // *International Finance and Accounting*. – 2018. – Т. 2018. – №. 5. – С. 11.

17. Koroleva, N., Achaeva, M., Pospelova, N., & Khidirova, G. (2023). World development of vocational training of social workers and system of social work and training at the regional level in Tatarstan. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 449, p. 07003). EDP Sciences.

18. Хидирова Г. DOMESTIC TOURISM AS AN IMPORTANT FACTOR IN INCREASING HUMAN SPIRITUALITY // " Экономика и туризм" международный научно-инновационный журнал. – 2022. – Т. 2. – №. 4.

19. Хидирова Г. Особенности формирования внутреннего туризма в регионе //Направления развития благоприятной бизнес-среды в условиях цифровизации экономики. – 2022. – Т. 1. – №. 01. – С. 226-236.

20. Rixsimbayev, O., Gazieva, S., Toshmurodova, M., Khidirova, G., & Rustamov, N. (2022, December). Strengthen Digitalization Technologies on Regulation of Labor Migrant Workers Abroad. In *Proceedings of the 6th International Conference on Future Networks & Distributed Systems* (pp. 504-510).

21. Г.Р. Хидирова Бухоро вилоятида инновацион технологиялар асосида туризм салоҳиятидан фойдаланишнинг асосий йўналишлари X Форум Экономистов, Механизми и пути формирования инновационной экономики в свете реализации Стратегии действий по приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах Т.:-2018, Б.360-366