

**IQTISODIY GLOBALLASHUV SHAROITIDA O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
TURIZM INDUSTRIYASINING RIVOJLANISHI**

Pulatxujaeva Dono Mirashidovna –
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
“Biznesni boshqarish va logistika” kafedrasida katta o'qituvchisi

Annotatsiya: O'zbekistonda turizm sohasini boshqarish tizimi mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarida alohida ahamiyatga ega. Ushbu maqolada iqtisodiy globallashuv sharoitida mamlakatda turizm infratuzilmasini rivojlantirish istiqbollari ko'rib chiqiladi. Turizm industriyasi turizm industriyasidagi katta siljishdir.

Kalit so'zlar: transport, yuk, sayyohlik kompaniyalari, yo'lovchilar, infratuzilma.

**РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

Пулатхужаева Доно Мирашидовна -
старший преподаватель кафедры
«Управление бизнесом и логистики», ТГЭУ

Аннотация: Системы управления сферы туризма Узбекистана в социально-экономических отношениях страны имеет особое значение. В этой статье рассматриваются перспективы развития сферы туризма инфраструктуры в стране в условиях глобализации экономики. Сфера туризма – это серьезный сдвиг в туристической отрасли.

Ключевые слова: транспорт, груз, туристические фирмы, пассажиры, перевозка, инфраструктура.

**DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN
IN THE CONTEXT OF ECONOMIC GLOBALIZATION**

Pulatkhusaeva Dono Mirashidovna –
Senior Lecturer of the Department of Business Management
and Logistics, Tashkent State Economic University

Abstract: The management system of the tourism sector of Uzbekistan in the socio-economic relations of the country is of particular importance. This article discusses the prospects for the development of tourism infrastructure in the country in the context of a globalized economy. The tourism sector is a major shift in the tourism industry.

Keywords: transport, cargo, travel companies, passengers, transportation, infrastructure.

Ведение. В настоящее время в сфере туризма Узбекистана действует множество законодательных актов и иных нормативно-правовых документов. Законодательство о туристической деятельности в значительной мере соответствует нормам и принципам международного права, гармонизировано с законодательством развитых в туристическом отношении государств. Главной тенденцией в развитии правового регулирования туристической деятельности в республике является создание всеобъемлющего отраслевого законодательства, к которому предусмотрены не только вопросы о деятельности организаторов туристического отдыха и защита прав потребителей туристического продукта, но и обеспечение доступности и безопасности отдыха, качества обслуживания и наличия практического соблюдения международных стандартов.

2016-2020 годы ознаменовались масштабными реформами в сфере туризма Республики

Узбекистан. В Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан одними из приоритетных направлений развития национальной экономики определены «ускоренное развитие индустрии туризма, повышение ее роли и вклада в экономику, диверсификация и улучшение качества туристических услуг, расширение туристической инфраструктуры».

Старт нового этапа развития туризма в Узбекистане был положен Указом Президента от 2 декабря 2016 года «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристической отрасли Республики Узбекистан», который закрепил за туризмом статус стратегического сектора национальной экономики. За прошедший с тех пор период было принято более 74 нормативно-правовых актов в данной сфере [1].

Если говорить о международных правовых актах, то здесь целесообразна следующая систематизация. К первой группе этих нормативных актов относятся международные дого-

воры и межправительственные соглашения Республики Узбекистан с иностранными государствами в области сотрудничества в сфере туризма. Вторую группу составляют международные

конвенции, т.е. акты предметно-регулирующего характера, признанные соответствующими государствами.

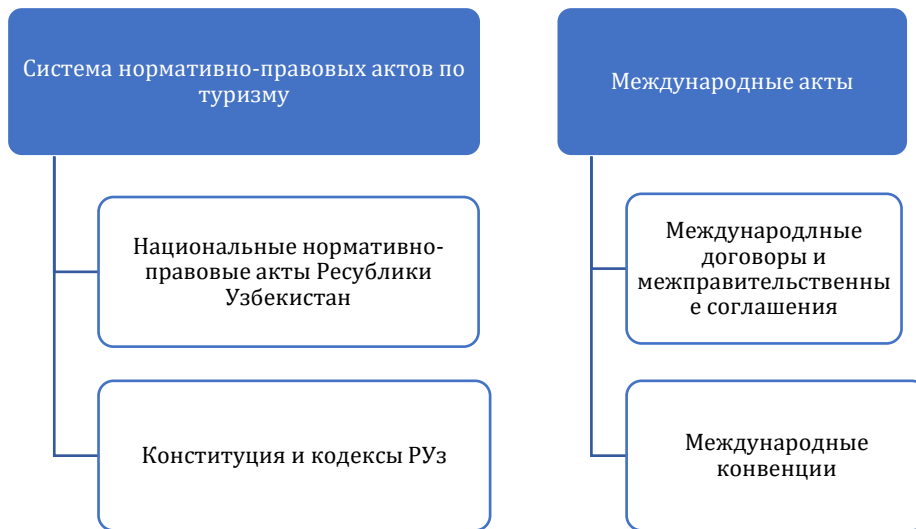


Рис. 1. Нормативные основа регулирование в сфере туризма

К таким конвенциям, например, относятся Международная Конвенция по контракту на путешествия, Международная гостиничная конвенция. Третью группу составляют резолюции международных организаций, таких как ООН, специализированных учреждений системы ООН, например, Всемирной туристической организации (ЮНВТО) и других международных организаций.

Цифровизация и персонализация – эти тренды определяют развитие туризма в ближайшем будущем. Разрабатываются новые цифровые технологии и создаются гаджеты, облег-

чающие путешествия и приносящие новые впечатления. Туристу больше не придется судить о предстоящей поездке по отзывам других людей, он будет использовать систему виртуальной реальности. В последнее десятилетие произошел серьезный сдвиг в туристической отрасли. Повсеместное проникновение мобильной связи и интернета, распространение смартфонов и социальных сетей открывают новые возможности и позволяют туристическим фирмам незамедлительно реагировать на потребности и проблемы клиентов.

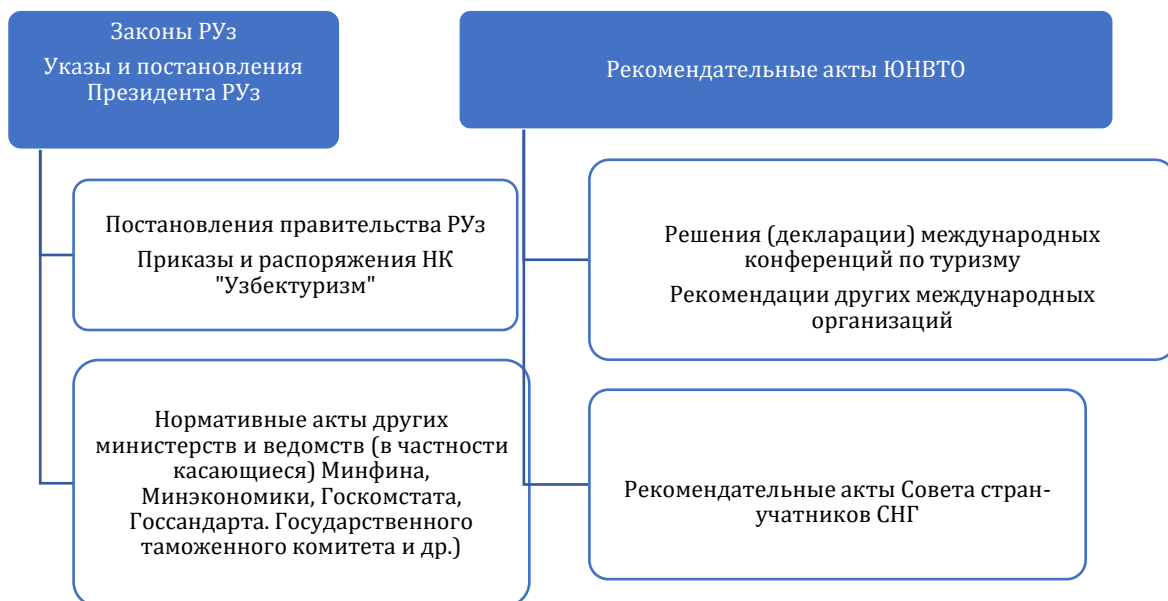


Рис. 2. Нормативные Акты регулирование в сфере туризма

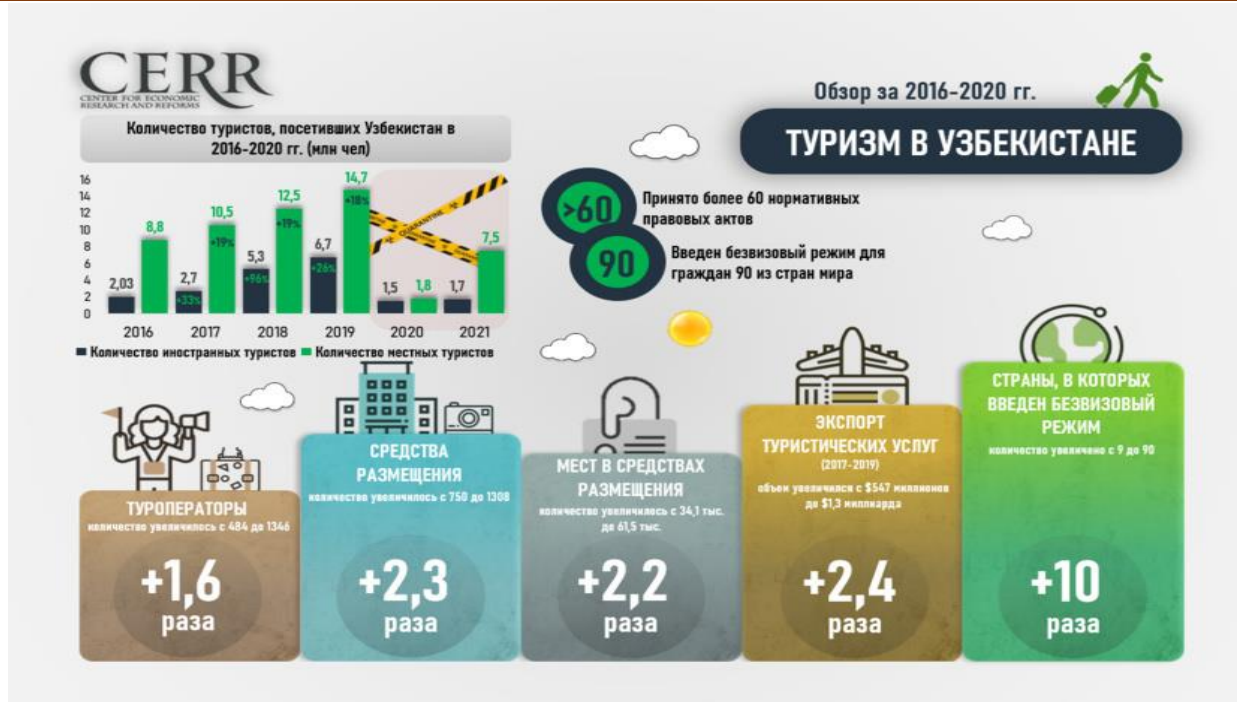


Рис. 3. Обзор туризма за 2016-2020 гг.

На рубеже реформ в 2016-2017 годах Узбекистан добивается значительного роста въездного туризма. С 2016 года до 2019 года количество туристов выросло с 2,0 млн до 6,7 млн соответственно. В том же году по оценке Всемирной туристской организации при ООН (ЮНВТО) Узбекистан вошел в пятерку стран с наиболее динамично развивающейся туристической отраслью, а издание «The - Guardian» признало страну лучшим туристическим направлением в мире[2],

Анализ литературы по теме. **Туризм** – многоликое, комплексное и массовое явление; его можно рассматривать и как форму организации отдыха, и как способ познания окружающего мира и накопления духовного опыта, и как область широкого международного сотрудничества, и как сферу услуг и предпринимательской деятельности, и как направление государственной политики. Значение туризма в жизни общества настолько велико, разнообразно и многопланово, что вполне оправдано и справедливо туризм относят к категории феноменов современности. Считается, что термин «тур» (tour – прогулка, поездка) имеет французское происхождение, а термины «турист» и «туризм» – английское. Первая письменная запись слова «туризм» датируется 1800 г. Туризм относится к такому виду деятельности людей, совершенствование которого определяется общей системой накопленных знаний. Невозможно представить, чтобы качественное развитие цивилизаций происходило в абсолютно изолированных обществах.

Предметом истории туризма как научного направления является систематизация экономической, социальной, мировоззренческой и культурной деятельности людей, рассмотренных через призму эволюции истории путешествий, организационных форм и видов туризма в общемировом цивилизационном процессе, становление и развитие туризма как неотъемлемой части человеческого социума. В ходе изучения дисциплины раскрываются общие исторические закономерности развития туризма как одного из направлений социальноэкономической политики государства, обеспечивающего решение задач по повышению культурно-образовательного уровня населения, смягчению проблем занятости и повышению качества жизни людей, совершенствованию межкультурных и международных коммуникаций, эффективного средства оздоровления нации.

В настоящее время блок туристских дисциплин по-прежнему находится в процессе развития, становление комплексной системы туристского образования еще не завершено. Можно согласиться с Л.П. Воронковой, которая утверждает, что складывание комплексной науки, объединяющей достижения исследователей различных сфер туризма, только формируется[3]. Это высказывание актуально и для 10-х гг. XXI в. Бурное развитие структурно составляющих сторон туристской деятельности, возможно, и не приведет к ее оформлению в единую отраслевую науку, и они будут совершенствоваться как самостоятельные. История формирования научных знаний о туризме начинается с середины XIX в. Возникновение альпинизма и

быстрое распространение его в передовых странах Европы и Северной Америке потребовало систематизации накапливаемых данных.

Великий шелковый путь — система караванных дорог, связывавших в античный период Восточную Азию, в первую очередь Китай, со Средиземноморьем, с Римской и Византийской империями, а в Средние века — с Арабским халифатом и европейскими государствами. Великий шелковый путь использовался для вывоза шелка из Китая, с чем и связано его название. Путь был освоен во II в. до н.э., вел из Сианя через Ланьчжоу в Дуньхуан, где раздваивался на северную часть и на южную.

Северный путь проходил через Турфан, далее пересекал горные хребты Памира и шел в Фергану, оттуда через казахские степи, потом мимо Каспийского моря и пересекал Волгу, после чего продолжался через Северный Кавказ к Черному морю, где раздваивался — часть грузов погрузалась на корабли, которые шли до Константинополя, Венеции и Генуи, остальные товары продолжали сухим путем идти через Северное Причерноморье на европейские рынки. Южный путь шел мимо озера Лоб-Нор по южной окраине пустыни Такла-Макан через Яркенд и Памир (в южной части), вел в Бактрию, а оттуда — в Парфию, Индию и на Ближний Восток вплоть до Средиземного моря.

Со временем появился третий, морской шелковый путь, который шел по Индийскому океану, далее по Персидскому проливу и через Красное море доходил до арабских и египетских портов. Завоевательные походы Александра Македонского значительно расширили познания Запада и Востока друг о друге, создав предпосылки для установления торговых связей. Старая Северная дорога возникла во времена китайского императора У-ди (156-87 гг. до н.э.), который под натиском 39 степного народа хунну направил своего дипломата Чжан Цяня на поиски их врагов юэчжей, откочевавших на запад, для установления с ними союзных отношений. Во время путешествия 138-126 гг. до н.э. Чжан Цянь увидел в Ферганской долине поразивших его своей красотой и статью коней. Он доложил императору об отсутствии в других странах шелкоткацкого ремесла и посоветовал вывозить за границу шелковые ткани в обмен на прекрасных коней, а также сладкие плоды, вино и др.

В 121 году до н.э. первый верблюжий караван с шелком и бронзовыми зеркалами направился к Ферганскому оазису через Турфанскую впадину вдоль Огненных гор и отрогов Тянь-Шаня. Шелк на Западе высоко оценили за красоту и легкость, а также за его способность противостоят всеобщему бедствию — назойливым

насекомым-паразитам. Великий шелковый путь Интенсивность торговых связей снизилась после вытеснения римлян с Ближнего Востока и начала арабских завоеваний. Во время периодически вспыхивавших византийско-иранских войн в VI—VII вв. правители Персии блокировали караванные пути с тем, чтобы нанести максимальный ущерб экономике Восточной Римской империи (Византии). В результате по территории Северного Кавказа был проложен один из северных маршрутов Великого шелкового пути. Он стал огибать Каспийское море не с юга, а с севера, двигаясь через Северный Прикаспий на Северный Кавказ, шел далее к Черному морю или в Анатолию. В связи с этим на Кавказе появились два ответвления Великого шелкового пути — Мисимианский и Даринский[4].

В науке логистике в туризме используются следующие понятия.

Концепция логистики в туризме заключается в смене обособленной деятельности участников формирования, продвижения и реализации туристического продукта в пользу системной (интегрированной) деятельности. **Логистика в туризме** — наука о планировании, контроле и управлении операциями, совершаемыми в процессе формирования тура, доведения готовой продукции до потребления в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также в процессе передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

Потоки услуг в туризме — это комплекс услуг по перевозке, размещению, питанию туристов, экскурсионные услуги, услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия. Субъектами туристической деятельности являются турагент и туроператор. Туристическими агентами могут быть как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели, а туропера-торами могут быть только юридические лица. Субъекты туристической деятельности действует по своей воле и в своем интересе, т.е. самостоятельно формируют, продвигают и реализуют комплекс туристических услуг, предлагают услуги потребителю, также по заказу туриста формируют индивидуальные туры. Говоря о деятельности субъектов хозяйствования в сфере туризма, следует отметить различный правовой статус туроператоров и турагентов. Так, в соответствии с законодательством туроператор вправе осуществлять следующие виды деятельности:

- формирование туров;
- продвижение туров;
- реализация своих сформированных туров;

-оказание отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия.

Также для многих современных компаний, предлагающих товары и услуги, использование цифровых носителей во взаимодействии с клиентом является новым направлением. Особенно это касается сферы туристических услуг. Для основных потребительских тренда последнего времени в туризме – персонализация отдыха и использование туристами интернета. За минувшие 5-7 лет 70% пассажиров предпочитают приобретать билеты в интернете, используя многочисленные онлайн-ресурсы и сайты авиакомпаний. Клиенты моложе 30 лет совсем не пользуются услугами турагентств. По данным туроператоров, от 10 до 30% туров продается на их сайтах в режиме B2C. Эта цифра, которая ежегодно растет, представляя прямую угрозу для классических турагентств, а онлайн-тревел-агенты увеличили продажи за последние два года в 10 - 20 раз. [5]

Методология исследования. В ходе исследования был использован широкий спектр методов для изучения и исследования сферы туризма, сравнительного анализа и синтеза, экспертной оценки, статистической группировки, корреляционно-регрессионного анализа и других.

Анализ и результаты. Сфера туристических интересов в [Узбекистане](#) включает как активные виды отдыха и [спортивного туризма](#), типа [скалолазания](#) и [горнолыжного спорта](#), так и путешествия с познавательными целями, где объектом познания является богатая [археологическая](#) и [религиозная](#) история этой страны.

Растёт количество туристов, ежегодно приезжающих в Узбекистан: [2005 году](#) количество туристов, посетивших Узбекистан, составило 240 тысяч человек из 117 стран мира, а в [2017 году](#) Узбекистан посетили более 2,5 миллиона туристов^[1]. Количество туристов в 2018 году составил 5,3 миллионов, из них 5 миллионов из стран СНГ, 325 тысяч из дальнего зарубежья. Офис [Всемирной туристской организации \(ВТО\)](#) был открыт в [Самарканде](#) в [2004 году](#). Этот офис призван координировать усилия международных организаций и национальных туристических организаций стран, расположенных на [Великом шёлковом пути](#). Согласно данным [Госдепартамента США](#), Узбекистан находится в группе безопасных стран для туризма, в которых следует принимать обычные меры предосторожности.

На сегодняшний день это наиболее технологичные участники туристического рынка. Эксперты называют следующие технологии, которые будут использоваться в туризме будущего:

- технологии искусственного интеллекта (нейросети);
- технологии «больших данных» (Big Data);
- повсеместное использование мобильного интернета и мобильных устройств;
- использование «интернета вещей» (Internet of Things - IoT);
- технологии Blockchain;
- технологии виртуальной и дополненной реальности и др.

На сегодняшний день существует множество определений понятия «агротуризм». Подобрать наиболее подходящее агротуризму достаточно сложно в силу его широкого многофункционального развития в туристической индустрии. Особенно эта проблема актуальна для Узбекистана, так как деятельность в сфере туризма в сельской местности возникла сравнительно недавно и по ряду причин пока не получает достаточного развития. С учетом анализа зарубежного опыта предлагаем ввести в правовую норму и практику агротуризма Узбекистана следующие понятия.

Агротуризм – временное пребывания граждан Республики Узбекистан, иностранных граждан и лиц без гражданства в сельской местности, малых городских поселениях (далее-агротуристы) в целях получения услуг, оказываемых субъектами агротуризма в части отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом и национальными культурными традициями, без занятия трудовой, предпринимательской и иной, приносящей доход, деятельностью в месте пребывания.

Субъекты агротуризма - физические лица, постоянно проживающие в сельской местности, малых городских поселениях и ведущие личное подсобное хозяйство, а также сельскохозяйственные организации осуществляющие деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма.

Объект агротуризма - жилой дом или несколько жилых домов с прилегающей инфраструктурой, расположенных в сельской местности, малых городских поселениях, за исключением территорий курортных зон, принадлежащих на правах собственности физическому лицу либо сельскохозяйственной организации, отвечающих установленным санитарным и техническим требованиям и благоустроенных применительно к условиям данного населенного пункта.

Экологический туризм – природоориентированная туристическая деятельность, имеющая целью организацию отдыха или получение естественно-научных или практических знаний и опыта и не наносящая вред природной среде.

Идея, которая в последние годы явилась своеобразной революцией в мировой экономике сферы услуг – это шеринг – экономика, или, как ее называют, экономика совместного потребления, экономика деления, сетевая экономика. Впервые научно обоснованную совместного потребления предложили экономисты Рейчел Ботсман и Ру Роджерс в книге *What's Mine Is Yours. The Rise of Collaborative Consumption* (Botsman, Rachel, 2010). Эта идея, получившая название *sharing economy*, в 2011 г. была отнесена журналом *Time* к числу десяти идей, которые изменят мир. Идея данной концепции заключается в том, что потребителю выгоднее и удобнее платить за временный доступ к продукту, чем владеть им. [6]

Шеринг – экономика, по мнению экспертов туристического бизнеса, является антикризисной мерой, позволяющей решить современные проблемы туризма. В основном направлении новых тенденций шеринг – экономики находится индустрия туризма и гостеприимства, которая не просто принимает принципы шеринга, а способствует из широкому распространению развитию. Шеринг – экономика как новая экономическая модель, по мнению экспертов

туристического бизнеса, является антикризисной мерой, позволяющей решить современные проблемы туризма на основе распределения владений ценностями, разделением затрат и возможностью создания собственных неординарных решений. Появление интернета, смартфонов и приложений Apps, использующих технологию децентрализованных сетей изменило способ оказания этих услуг, облегчило информационный обмен и взаиморасчеты.

Сегодня шеринг-экономика выступает катализатором трансформации бизнеса в глобальную онлайн-площадку, где создаются сообщества людей, заинтересованных в использовании принадлежащих им ресурсов. Рост числа пользователей шеринг-сервисов ежегодно увеличивается, что свидетельствует о растущей востребованности этого нового сегмента экономики.

2020 год тоже обещал стать рекордным – Узбекистан планировал принять 7,5 млн туристов. Пандемия перечеркнула эти планы, а туристическим итогом года стало четырехкратное падение показателей отрасли и всего 1,5 млн человек, посетивших страну. Причем 1,2 млн туристов побывали в Узбекистане до объявления карантина.



Рис.4. Количество туристов из стран Центральной Азии, других стран СНГ и дальнего зарубежья

Источник: Министерство туризма и спорта РУз.

По данным Министерства туризма и спорта РУз, большая часть иностранных туристов, побывавших в Узбекистане в 2020 году, – жители стран Центральной Азии. До прошлого года лидерами по посещаемости РУз были граждане Казахстана, однако в 2020 году чаще всего в республику приезжали Кыргызстанцы (33,8%), доля казахстанцев составила 28,2%. Как минимум каждый пятый турист был из Таджикистана (22,4%), доля граждан России и Туркменистана составила 5,4 и 4% соответственно. Из стран дальнего зарубежья Узбекистан

чаще всего в 2020 году посещали подданные Турции – 1,4% от общего турпотока, Китая (0,5%), Южной Кореи (0,4%), Индии (0,3%) и Украины (0,2%).

Появлению новых объектов размещения в республике способствовала программа субсидирования строительства отелей, стартовавшая в 2019 году и рассчитанная до конца 2023 года. Государство покрывает расходы застройщиков в размере 40 млн сумов (\$4,6 тыс.) за один номер для трехзвездочных гостиниц и 65 млн сумов (\$7,6 тыс.) за номер в «четырёх звездах».

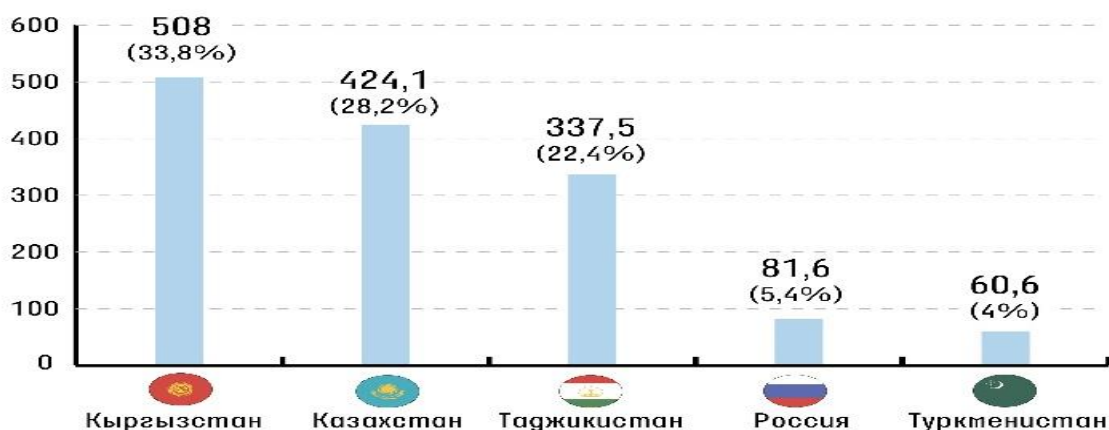


Рис. 5. Страны, из которых в 2020 году в Узбекистан приехало наибольшее количество туристов тыс. чел

Источник: Министерство туризма и спорта РУз.

Для увеличения числа высококлассных гостиниц мировых брендов из бюджета республики выделяется финансирование роялти организаций в следующем объеме: первые 50 гостиниц категории 3 звезды – ежегодно в эквиваленте по \$200 за номер и первые 30 четырехзвездочных отелей по \$400 за номер каждый год.

В октябре 2020 года кабмин РУз утвердил меры поддержки туристического бизнеса в

период пандемии. В частности, предусмотрено возмещение процентных расходов по кредитам, превышающим основную ставку Центробанка, но не более 10 %. Субсидирование также распространяется на займы для строительства средств размещения, приведение объектов в соответствие новым санитарно-гигиеническим нормам, пополнение оборотных средств в размере до 1 млрд. сумов (\$95 тыс.)

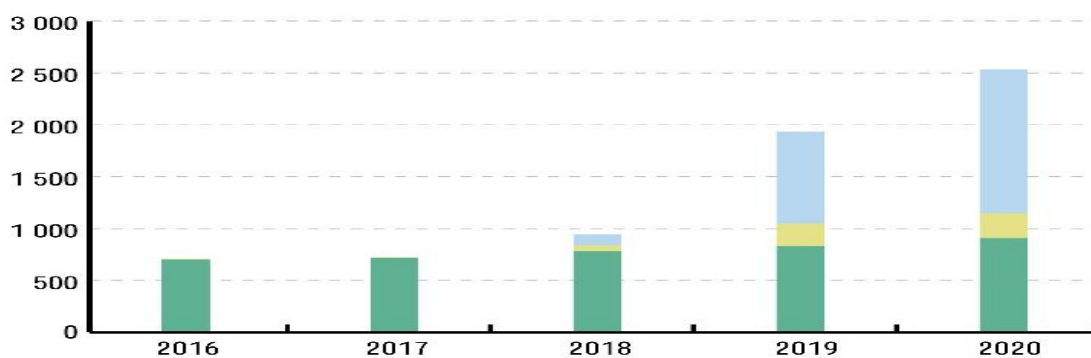


Рис. 5. Количество гостиниц, хостелов, гостевых домов в Узбекистане

Источник: Министерство туризма и спорта РУз.

Всего же для поддержки предпринимателей отрасли были учреждены 56 видов различных льгот и преференций. До 2025 года количество гостиниц в стране должно вырасти до 2,4 тыс., а номерной фонд – увеличиться до 64 тыс. Власти также упростили порядок и требования к получению лицензии на данный вид деятельности. В результате в стране резко выросло число гостевых домов и хостелов, которые помогли принять в 2019 году рекордный поток туристов.

Заклучения и предложения. В целях создания благоприятных условий для местных и иностранных туристов, диверсификации ас-

сортимента туристических продуктов и, что наиболее важно, повышения инвестиционной привлекательности отрасли за 2016-2020 гг. было принято более 60 нормативных актов в следующих сферах:

Упрощение визовых требований: Упрощение визового режима между странами, наряду с обеспечением мобильности граждан, снижает стоимость регистрации, увеличивает поток иностранных туристов. В этих целях, в 2018 году в Узбекистане введен безвизовый режим для граждан 9 стран, в 2019 году для граждан 47 стран, в 2020 году - 20, а в 2021 году

- еще 5. По состоянию на 10 мая 2021 года количество стран, гражданам которых предоставлен безвизовый режим в Республике Узбекистан, составляет 90 стран. Кроме того, граждане около 80 стран имеют возможность оформить электронную визу в упрощенном порядке. Для некоторых категорий иностранных граждан введены пять новых типов виз: «Ватандош», «Талаба», «Академик», «Тиббиёт» и «Зиёрат». По данным Министерства туризма и спорта Республики Узбекистан, упрощение визового режима дало положительные результаты. В частности, в 2019 году если средний рост числа иностранных туристов составил 26%, то темпы роста среди стран, где был введен безвизовый режим, достигли 58% [7].

Необходимо разработать ясную политику и детальную стратегию развития индустрии туризма (Мастер-план развития туризма Узбекистана), определяющие краткосрочные и долгосрочные планы правительства, активно привлекая к данному процессу всех участников туристического рынка. Стратегия должна определять следующие направления:

- качественное развитие и диверсификация туристического продукта (сделать его более привлекательным и доступным для потребителя, таким образом повышая конкурентоспособность Узбекистана как туристического направления);
- развитие инфраструктуры;
- наращивание институционального потенциала;

Источник и список использованной литературы:

1. Указ Президента от 2 декабря 2016 года «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристической отрасли Республики Узбекистан»
2. Журнал «Экономическое обозрение», № 2,3,4, 2021 г.
3. Долженко Г. П., Савенкова Л. Б. Термины «туризм» и «турист» в русской лексике: хронологический аспект // Географический вестник. – 2011. № 4. – С. 74-77.
4. История туризма : учебник / коллектив авторов ; отв. ред. и сост. И90 Ю. С. Путрик. –М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 256 с.
5. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 214 с
6. www.strategy.regulation.gov.uz.
7. www.review.uz.

МИЛЛИЙ ТУРИЗМ ТАРМОҒИНИ САМАРАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИНИНГ ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЕЧИМЛАРИ

Халилов Сирожиддин Шерали ўғли –
Тошкент давлат иқтисодий университетининг
“Туризм ва сервис” кафедраси доценти, PhD

Аннотация. Мазкур мақола туризм соҳасини самарали ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган. Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантиришнинг иқтисодий ҳолати ҳам таҳлил қилинган. Бундан ташқари, туризм соҳасидаги долзарб муаммолар ечимига бағишланган илмий тавсиялар келтириб ўтилган.

Калит сўзлар: туризм индустрияси, минтақавий ривожланиш, хорижий туристлар ташрифи, туристик хизматлар экспорти.