



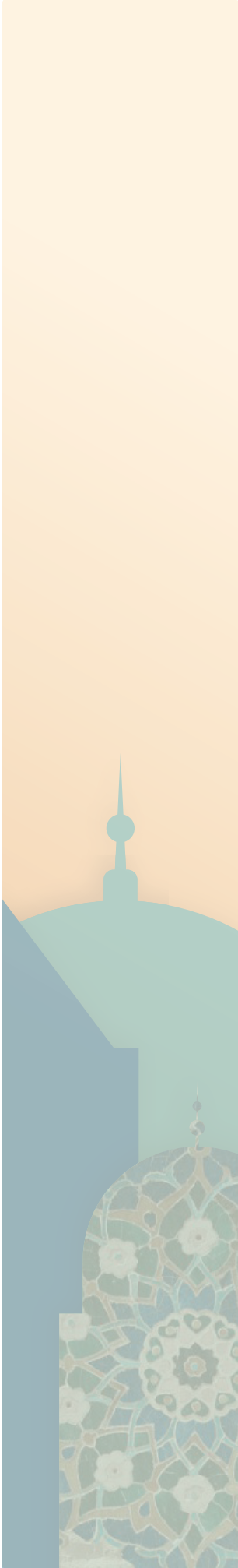
Norwegian Ministry
of Foreign Affairs

CABAR
Central Asian Bureau for Analytical Reporting

INSTITUTE FOR
WAR & PEACE REPORTING
I W P R
ИНСТИТУТ ПО ОСВЕЩЕНИЮ ВОЙНЫ И МИРА

СОЗДАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БРЕНДА УЗБЕКИСТАНА: ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ





Автором данной публикации является Мадина Абдуллаева – преподаватель кафедры «Политология» Университета мировой экономики и дипломатии при Министерстве иностранных дел Республики Узбекистан. Мадина имеет богатый опыт работы в исследовательской деятельности, а также в неправительственном секторе Узбекистана.

В публикации рассмотрены проблемы развития туристического брендинга в Узбекистане, а также предоставлены широкие рекомендации для его дальнейшего развития и продвижения.

Публикация предназначена для молодых экспертов и консультантов, исследователей, лиц, принимающих управленческие решения, а также широкого круга читателей, интересующихся историей и политикой стран центральноазиатского региона.

Мнения, озвученные в настоящем документе, не отражают позицию аналитической платформы CABAR.asia.

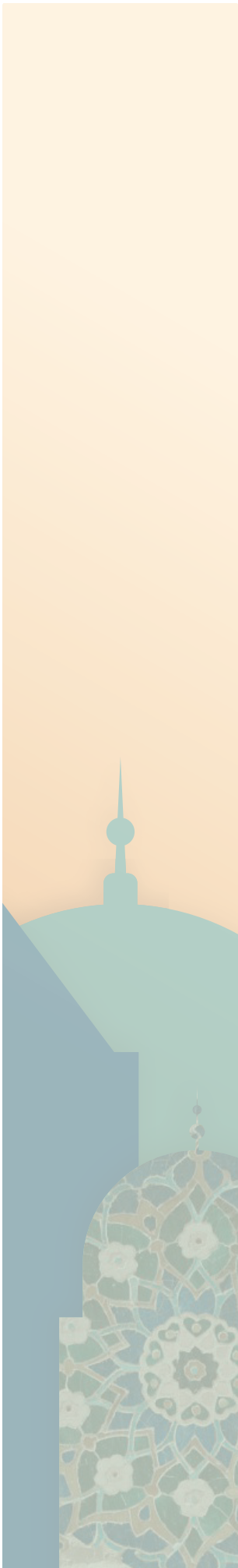
IWPR – международная некоммерческая организация, оказывающая поддержку независимым СМИ и гражданскому обществу в странах с переходным периодом. Она работает в 28 государствах; в Центральной Азии IWPR начала деятельность в 1999 году.

© Все права сохраняются за IWPR. Материал может быть скопирован, скачан и распечатан для личного изучения, исследования и для обучения в некоммерческих целях с обязательной ссылкой на IWPR, являющегося правообладателем

Данная публикация стала возможной при финансовой поддержке Правительства Норвегии. Мнения, отраженные в публикации, не отражают официальную позицию Правительства Норвегии.

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕЗЮМЕ И ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ	3
ВВЕДЕНИЕ	5
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ	6
УЗБЕКИСТАН КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ БРЕНД: СТРАТЕГИИ И ВОЗМОЖНОСТИ	9
ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ	20
ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	25
ИСТОЧНИКИ	28



РЕЗЮМЕ

Узбекистан приступил к реализации долгосрочной стратегии развития туристической отрасли, конечная цель которой – превращение страны в привлекательный центр мирового туризма, включение её в наиболее предпочтительные туристические направления на карте мира.

Пандемия внесла свои коррективы, отодвинув на второй план многие проекты и инициативы, выдвинутые на уровне государства. Изучение опыта зарубежных стран показывает, что длительное отсутствие в стране единой политики и стратегии в сфере туризма считается неотложной проблемой, препятствующей развитию данного сектора. Наиважнейшая задача перед туристической отраслью Узбекистана сегодня – активное продвижение бренда, обеспечение качества услуг и конкурентоспособности на рынке. Страна должна быть позиционирована как уникальный продукт, одновременно, понятный, доступный, удобный, качественный, безопасный и интересный. Это комплексная работа, требующая постоянных усилий, профессионализма, отдачи, креатива как со стороны государственных структур, так и частного сектора.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



Развитие туризма подразумевает реализацию эффективных управленческих решений на государственном и местном уровне. Реализация стратегий развития, соблюдение нормативно-правовых актов, должное исполнение обязанностей ответственных лиц и обеспечение качества механизмов работы позволят достичь положительных результатов в ближайшем будущем.



Сфера нуждается в создании «цифрового облика Узбекистана» для превращения страны в более открытое, доступное, предпочтительное направление для путешествия. Необходима дальнейшая цифровизация услуг и сервиса, создание дополнительных удобств и возможностей для потенциальных туристов в один клик. Это также усилит PR-стратегию по продвижению туризма.



Развитая инфраструктура и налаженная логистика – необходимые составляющие индустрии туризма. С этой точки зрения, необходимо сократить время и траты на доставку путешественника в Узбекистан. Основные потоки туризма в Узбекистан приходятся на путешественников из стран Центральной Азии. В этой связи, нужно разработать схему удобных туристических маршрутов внутри страны, между двумя странами и в рамках региона.



Сервис вдоль туристических маршрутов нуждается в улучшении и введении качественно новых стандартов обслуживания, необходима разработка и реализация государственных проектов по развитию придорожных объектов инфраструктуры.



Развитие туризма невозможно представить без государственно-частного партнёрства, частных инициатив и «инноваций снизу». Приоритетом стратегии развития туризма должны стать подготовка кадров со сложными навыками и поддержка инновационных решений и новых бизнес-идей со стороны государства.



Важно, чтобы развитие внутреннего туризма не оставалось в тени инициатив по привлечению иностранных туристов. Разработка дополнительных мер поощрения специально для местных путешественников позволит выдвинуть внутренний туризм в самостоятельное направление, приносящий доход, минимизировать контрасты турпотоков между высокими и низкими сезонами.



Туризм, несмотря на пандемию, стал одним из приоритетов целей социально-экономического развития страны и содействует экономическому росту. В долгосрочной перспективе развитие туристической отрасли служит всем стратегическим целям государства, способного создавать условия для сохранения себя, своего достоинства и передавать наследие следующим поколениям.

ВВЕДЕНИЕ

Развитие и рациональное использование туристического потенциала страны открывает окно возможностей в настоящем и повышает социальное и экономическое благосостояние в будущем. Это шанс стать развитым и устойчивым, опираясь на внутренние ресурсы.

Туризм, в первую очередь, рассматривается как оптимальный вариант получения прибыли путём монетизации историко-культурных преимуществ страны. Кроме этого, развитие сферы служит долгосрочным целям – более осмысленному существованию. В масштабном понимании это – государство, способное создавать условия для сохранения себя, своего достоинства и передавать наследие следующим поколениям.

Задача создания туристического бренда во время глобальной пандемии кажется второстепенной, когда туризм, сфера услуг и развлечений пострадали в первую очередь. Конечно, в «эпоху самосохранения» туризм не входит в топ приоритетов государства по введению антикризисных мер, но оно косвенно поддерживает людей на рынке труда через поддержку пострадавших отраслей и бизнеса.

**ПОСТПАНДЕМИЙНОЕ РАЗВИТИЕ ОБЯЗЫВАЕТ
ВЕРНУТЬ ЭТУ ТРАДИЦИОННУЮ СФЕРУ В
ЛИДЕРЫ, ТАК КАК ТУРИЗМ – ЭТО «СКОРЫЙ
ПОМОЩЬ» В ВОССТАНОВЛЕНИИ ЭКОНОМИКИ.**

Перед Узбекистаном встаёт задача реализовать долгосрочную стратегию развития туризма, которая вместе с экономическим благосостоянием должна ещё и позволить стать созидательным государством. А сохранение и развитие историко-культурного наследия, в конечном счёте, связано с трансляцией ценностей, что неподвластно ни кризисам, ни пандемии.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

«Туристический бренд страны» – это часть «национального брендинга». Последний изучается в контексте исследований о стратегическом развитии государства, его конкурентоспособности и нациестроительстве.

Понятие «национальный брендинг» было введено в научный оборот Саймоном Анхольтом в 1998 г. Под национальным брендингом учёный понимал «отождествление страны и нации с товарными знаками и брендами»¹.

Согласно концепции национального брендинга «каждая страна стремится быть уникальной и развивать свою мощь, позиционируя их только с лучшей стороны, чтобы быть конкурентоспособной на международной арене»².

Учёные предлагают разделить национальный брендинг на четыре блока:

1. маркетинг имиджа страны;
2. инвестиционная привлекательность;
3. туристическая и инфраструктурная привлекательность;
4. социальная привлекательность³.

Одна из причин развития национального брендинга сопряжена с борьбой за привлечение иностранных инвестиций и туристов, что вынуждает страну вкладывать средства в свое позиционирование на международной арене.

Единой концепции и стратегии развития бренда страны не существует, поскольку каждая обладает своей исключительностью: стадии развития, уникальные условия существования и мотивация для продвижения имиджа. Тем не менее, для всех без исключения, проблема национального брендинга в определённой степени влияет на стратегическое развитие государства, его успех и конкурентоспособность в современных реалиях международной политики и экономики⁴.

¹ Anholt, Simon (1998) 'Nation-Brands of the Twenty-First Century', *Journal of Brand Management*, 5: 6, pp. 395-406.

² Kotler, Philip, Jatusripitak, Somkid and Maesincee, Suvit (1997) *The Marketing of Nations. A Strategic Approach to Building National Wealth*, New York: The Free Press. pp. 111–159.

Cerny, Philip (2010) 'The Competition State Today: From Raison d'Etat to Raison du Monde', *Policy Studies*, 31: 1, pp. 5-21.

³ Kotler, Philip, Haider, Donal and Rein, Irving (1993) *Marketing Places. Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*, New York: The Free Press.

⁴ Anholt, Simon (2007) *Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, London: Palgrave Macmillan. P. 9.

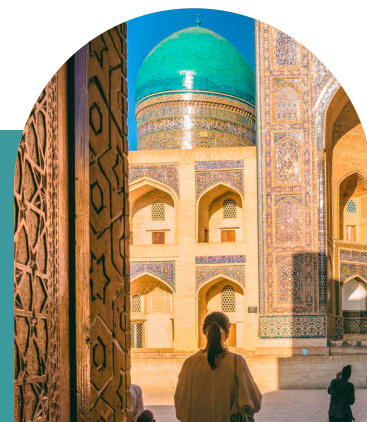
Определение понятия «туристический бренд» связано с пониманием самого термина «бренд». Одним словом, «бренд – это имя вместе с товарным знаком», потому что это «гарантия подлинности и надёжная гарантия качества»⁵. Считается, что «бренд всегда должен приносить пользу, потому что поддерживает постоянные отношения со своими покупателями и пользователями»⁶, так как «бренд - это обещание, которое связывает продукт или услугу с потребителем, потому он связан с воображаемыми ассоциациями (слова, образы, эмоции или любая их комбинация) которые возникают, когда вы думаете или слышите о чём-то»⁷.

Исследователи также подчёркивают, что «бренд – это продукт, услуга или организация, рассматриваемые в сочетании с названием, идентичностью и репутацией»⁸. Итак, туристический бренд страны – это совокупность ассоциаций, эмоций или знаков, приходящих на ум, когда называется тот или иной продукт, услуга или страна.

Эксперты выделяют направления, на которых туризм выступает эффективным инструментом глобальной политики.

Туризм может стать инструментом выхода на глобальный рынок. Развитие сферы позволило многим развивающимся странам найти своё место на глобальном рынке. Яркие примеры – Испания, Китай, Турция, Египет и Таиланд. Стратегия развития увеличила инвестиционную привлекательность страны, в итоге, позволив вкладывать привлечённые средства в смежные отрасли экономики⁹.

**ТУРИСТИЧЕСКИЙ БРЕНД
СТРАНЫ – ЭТО СОВОКУПНОСТЬ
АССОЦИАЦИЙ, ЭМОЦИЙ ИЛИ
ЗНАКОВ, ПРИХОДЯЩИХ НА УМ,
КОГДА НАЗЫВАЕТСЯ ТОТ
ИЛИ ИНОЙ ПРОДУКТ, УСЛУГА
ИЛИ СТРАНА.**



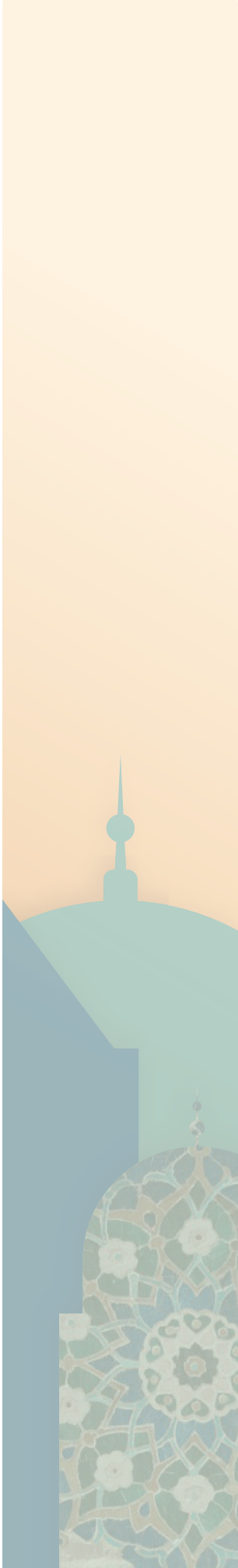
⁵ Batey, Mark (2008) Brand Meaning, London: Routledge. P. 3.

⁶ Randall, Geoffry (1997) Branding, London: Kogan Page Limited. P. 10.

⁷ Adamson, Allen (2006) Brand Simple. How the Best Brands Keep it Simple and Succeed, New York: Palgrave Macmillan. P.3.

⁸ Anholt, Simon (2007) Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions, London: Palgrave Macmillan. P.4.

⁹ Новичков, Николай. Туризма как фактор глобальной политики. Журнал Россия в глобальной политике. №3, 2016. Режим доступа: <https://globalaffairs.ru/articles/turizm-kak-faktor-globalnoj-politiki/>.



Туристическая индустрия, получив серьёзную государственную поддержку, способна стать локомотивом, который двинет вперед всю экономику¹⁰. Развитие отрасли предполагает проведение политики открытости, обеспечения мер безопасности, повышения качества услуг, предоставляемых для туристов. В конечном счёте, эти меры улучшают имиджевые и инвестиционные рейтинги стран, стимулируя экономический рост¹¹.

Создание туристического бренда страны – ресурсоёмкий процесс, требующий не только креативности исполнителей и мобилизации средств, но и трансляции гуманитарных ценностей. Во время экономического кризиса туризм, как деятельность по получению и потреблению впечатлений, попадает в зону риска¹². Однако, как отмечают эксперты, «если государство стремится быть представлено в глобальной повестке и продвигать на мировой арене некую систему ценностей, то первый шаг – массовый «завоз» туристов, чтобы они смогли впитать идеи и смыслы, которые страна намерена экспортировать»¹³.

¹⁰ Копьев, Вячеслав. Дорожная карта антикризисной стратегии. Журнал Россия в глобальной политике. №2, 2009. Режим доступа: <https://globalaffairs.ru/articles/dorozhnaya-karta-antikrizisnoj-strategii/>.

¹¹ Там же.

¹² Новичков, Николай. Туризма как фактор глобальной политики. Журнал Россия в глобальной политике. №3, 2016. Режим доступа: <https://globalaffairs.ru/articles/turizm-kak-faktor-globalnoj-politiki/>.

¹³ Там же.

УЗБЕКИСТАН КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ БРЕНД: СТРАТЕГИИ И ВОЗМОЖНОСТИ

Узбекистан – страна с огромным туристическим и рекреационным потенциалом. Это родина, веками копившихся и сохранившихся реликвий, ценных и редких памятников и исторических данных, «это золотые кольца туристической цепочки, которые тесно связывают страну с культурами народов мира»¹⁴. В Узбекистане насчитывается 8,2 тыс. объектов культурного наследия, из них 209 в составе 4 городов-музеев – Ичан кала в г. Хиве, исторические центры г. Бухары, г. Шахрисабза и г. Самарканда – включены в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО¹⁵. На территории страны расположено 8 заповедников, 2 природных и 1 национальный парк, 6 памятников природы, 11 заказников, более 50 водохранных зон, около 350 культурно-развлекательных объектов (музеи, театры, парки культуры и отдыха), а также много других объектов туризма¹⁶. Всё это должны увидеть туристы из разных стран, посетив Узбекистан.

Кардинальная реформа сферы туризма началась с 2016 г., как составная часть широкомасштабных преобразований в стране после обновления политики государства. Она исходит из приоритета целей социально-экономического развития страны и содействует экономическому росту, что предполагает становление Узбекистана привлекательным центром мирового туризма, включение страны в наиболее предпочтительные туристические направления на карте мира¹⁷.

Превращение туризма в стратегическую отрасль экономики – приоритетная задача Стратегии развития Нового Узбекистана (2022-2026 гг.). Узбекистан поставил цель – войти в топ-30 стран, наиболее посещаемых туристами¹⁸. Одна из главных задач перед правительством – увеличение доли туризма в валовом внутреннем продукте страны до 5% (по итогам 2017 г. - 2,3%)¹⁹ и увеличение количества туристов, приезжающих в страну до 10 млн к 2025 г.²⁰.

¹⁴ Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон стратегияси [Матн] / Ш.М. Мирзиёев. - Тошкент: "O'zbekiston" нашриёти, 2021. Б.173.

¹⁵ Там же.

¹⁶ Абриев З.С. Развитие социально-экономического потенциала туризма в Узбекистане в условиях пандемии COVID-19: перспективы на будущее через призму настоящего // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 4. – doi: 10.18334/erp.12.4.114360.

¹⁷ Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон стратегияси. Б.172.

¹⁸ Мирзиёев Ш.М. Б.176.

¹⁹ Указ Президента Республики Узбекистан УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан».

Режим доступа: <https://lex.uz/ru/docs/4143186#4149999>.

²⁰ Мирзиёев Ш.М. Б.174.

Государство видит выполнение задач путём осуществления следующих мер:

- ускоренное развитие туристической отрасли, совершенствование системы управления туризмом;
- упрощение визовых, лицензионных и разрешительных процедур;
- создание благоприятных условий для иностранных инвестиций, активное привлечение мировых брендов, ведение бизнеса;
- создание новых туристических маршрутов, развитие современных видов туризма, повышение их привлекательности²¹;
- содействие полному и эффективному использованию регионального туристического потенциала, производству национальных туристических продуктов и экспорту на мировые рынки;
- поддержка предприятий, специализирующихся на туристических услугах;
- открытие рейсов лоукостеров, подготовка и переподготовка кадров для отрасли²².

Обзор законодательной базы показывает, что в 2018-2021 гг. было принято порядка 70 нормативно-правовых актов, направленных на развитие сферы туризма, утверждена Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 гг., на базе Министерства физической культуры и спорта и государственного комитета по развитию туризма образовано Министерство туризма и культурного наследия. В структуре министерства создано Агентство культурного наследия (2021 г.).

Достижения Узбекистана в сфере туризма за последние 5-6 лет также отражены в рейтингах различных международных организаций.

- 2018**
- Страна стала победителем в направлении «Гастрономический туризм» по версии National Geographic Traveller;
 - «Lonely Planet» внесла Узбекистан в список лучших направлений в Азии.
- 2019**
- По данным ЮНВТО, Узбекистан занял **4-е место** среди 20 стран с самой быстрорастущей индустрией туризма;
 - в рейтинге самых безопасных стран для соло-путешественников Solo Travel Safety Report Узбекистан **поднялся на 5 позиций**; по версии издания «Research House of Asia Media» Узбекистан признан страной с самой богатой историей в Азии;

²¹ Мирзиёев Ш.М. Б.173.

²² Мирзиёев Ш.М. 172-173 б.

- 
- 2019**
- на церемонии награждения «Grandvoyage Tourism Awards» в Мадриде, Узбекистан занял **1-е место** в номинации «Лучшее развивающееся туристическое направление»;
 - на церемонии награждения «India's Best Awards», Узбекистан признан лучшим туристическим направлением с точки зрения культурно-исторического наследия;
 - в рейтинге халяль-туризма «Global Muslim Traveller Index» Узбекистан вошёл в **топ-20**; также занял **8-е место** в списке самых удобных стран для женщин-мусульман;
 - издание «The Guardian» включило Узбекистан в число 40 стран, которые рекомендовались посетить в 2019 г.;
 - издание «The New York Times» включило Узбекистан в список лучших стран для путешествия²³.
- 2020**
- В отчёте Halal Travel Frontier Узбекистан признан как страна, которая положила начало новому тренду на рынке мусульманского туризма, восстановив исламское наследие²⁴;
 - на французском портале Insurly из 180 государств Узбекистан занял **46-е место** в мире и первое место среди стран СНГ по рейтингу безопасности для туризма²⁵.
- 2021**
- г. Ташкент занял **3-е место** в ежегодном отчёте «Economist Intelligence Unit» «Worldwide Cost of Living»²⁶;
 - по статистике сервиса Numbeo, Узбекистан признан безопасным местом для гуляния в одиночку: индекс безопасности в ночное время – **66,24%** (высокий) и **80,56%** (очень высокий) – в дневное время²⁷.

²³ Итоги реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Узбекистана в 2017-2021 годах. Factbook. Общенациональные движение Yuksalish. Режим доступа: https://yumh.uz/files/factbook_ru.pdf.

²⁴ Сайт государственного Комитета по развитию туризма: <https://uzbektourism.uz/ru/news/view?id=1519>.

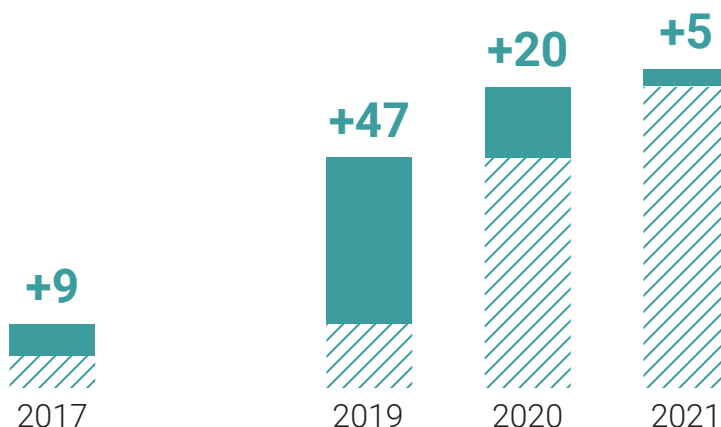
²⁵ Абриев З.С. Развитие социально-экономического потенциала туризма в Узбекистане в условиях пандемии COVID-19: перспективы на будущее через призму настоящего // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 4. – doi: 10.18334/epp.12.4.114360.

²⁶ EIU report Worldwide Cost of Living 2021. Available at: <https://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/WCOL-free-report-V7.pdf>.

²⁷ Safety in Uzbekistan 2021. Numbeo. Available at: https://www.numbeo.com/crime/country_result.jsp?country=Uzbekistan.

Количество государств, в отношении граждан которых Узбекистан ввёл безвизовый режим

Всего
90 стран



Источник: Итоги реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Узбекистана в 2017-2021 годах: информационный бюллетень, 2021

Государство максимально стимулирует развитие внешнего и внутреннего туризма. В 2016 г. количество стран, в отношении которых введён безвизовый режим составляло 9, в 2021 г. этот показатель достиг 90²⁸. 57 стран могут получить электронные визы, для граждан 48 стран введён порядок безвизового въезда для транзитных пассажиров²⁹. Запущены системы выдачи электронных виз (E-VISA) и временной регистрации (E-MENMON). Для некоторых категорий иностранных граждан введены пять новых типов виз: «Соотечественник», «Студент», «Академическая», «Лечебная» и «Паломническая». В аэропортах установлены «зелёный» и «красный» коридоры. В международном аэропорту «Ташкент» запущен в эксплуатацию новый терминал прилёта для пассажиров международных авиалиний. 24 пункта паспортного контроля с пропускной способностью до 1200 пассажиров/час позволяют пройти паспортный контроль за 7-10 минут³⁰. Раньше прохождение таможенных и пограничных процедур в аэропорту г. Ташкента составляло в среднем около двух часов. Создана информационно-справочная служба в зале прилёта, куда туристы могут обратиться при возникновении вопросов и проблем. С 2018 г. стало возможным приобретение в онлайн режиме железнодорожных билетов по международным картам Visa, MasterCard, Maestro, JCB, GooglePay, AmericanExpress, UnionPay и ApplePay³¹. Также, упрощены требования к заполнению декларации. В 2019 г. создана туристическая полиция в г. Ташкенте, Самарканде, Бухаре и других городах для обеспечения безопасных условий для пребывания иностранных туристов.

²⁸ Итоги реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Узбекистана в 2017-2021 годах. Factbook. Общественное движение Yuksalish. Режим доступа: https://yumh.uz/files/factbook_ru.pdf.

²⁹ Там же.

³⁰ Паспортный контроль в аэропорту Ташкента теперь можно пройти за 7 минут (2018) Режим доступа: <https://kun.uz/ru/99765160>.

³¹ Официальный сайт АО «Узбекистон темир йўллари» Режим доступа: <https://e-ticket.railway.uz/lang-ru/pravila-ispolzovaniia.html>.

УЗБЕКИСТАН – ПЕРВАЯ В РЕГИОНЕ СТРАНА, КОТОРАЯ НАЧАЛА ВЫДАВАТЬ ИТ-ВИЗЫ ДЛЯ ИНОСТРАНЦЕВ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ РЕЛОКАЦИИ TASHRUSH.

С 1 апреля 2022 г. для инвесторов, учредителей ИТ-компаний и специалистов в сфере информационных технологий, а также членов их семей выдаются ИТ-визы. Срок действия визы – до 3 лет, с возможностью беспрепятственного въезда и выезда из Узбекистана в течение периода действия визы. Виза, также предусматривает полную свободу передвижения по Узбекистану без обязанности перерегистрации, равные социальные условия с гражданами Узбекистана (получение образования и медицинских услуг) и упрощённый порядок получения вида на жительство. Обладатели такой визы становятся резидентами ИТ-парка для которых имеются следующие налоговые льготы и преференции:

1. Полное освобождение от всех видов налогов;
2. Освобождение от таможенных платежей;
3. Ставка подоходного налога - **7,5%**;
4. Налог на дивиденды – **5%**.

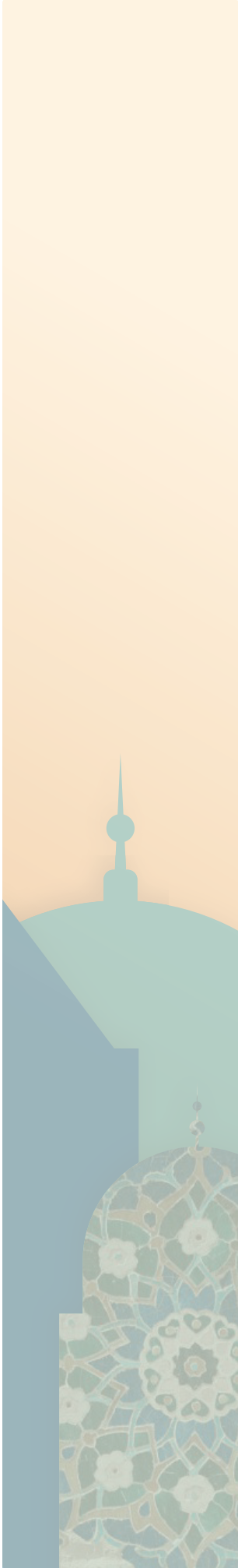
ИТ-парк обеспечивает резидентов виртуальным офисом, выплатами дивидендов и заработной платы в иностранной валюте, освобождение от оформления разрешения на работу для иностранцев. По имеющимся данным, ряд крупных зарубежных ИТ-компаний открыли офисы в Узбекистане. Сейчас в них работает более 5000 специалистов, а к концу 2023 года эта цифра должна достигнуть 10 000. Благодаря им ожидается рост ИТ-экспорта до \$100 млн.³² С начала 2022 года программой воспользовались свыше 3000 специалистов, работающих на зарубежные компании³³.

Сегодня сложно представить без туриста практически любой регион Узбекистана. За прошедшее время в Узбекистане проведены фестиваль ремёсел в Фергане, фестиваль сюзане в Навои, танцевальный фестиваль «Рақс сеҳри» («Волшебство танца») в Хорезме, спортивные состязания «Баҳодирлар ўйини» («Игры силачей») и форум паломничества в Бухаре, фестиваль бахши и археологический форум в Сурхандарье, авторалли «Муйнак» и фестиваль музыки стихия в Каракалпакстане, туристская ярмарка СНГ, геотуристский форум в Кашкадарье, гастрономический фестиваль «Gastro Bazar» в Ташкенте, всемирный конгресс инфлюенсеров и фестиваль электронной музыки³⁴.

³² Запущен сайт о программе релокации и выдаче виз для ИТ-специалистов (2022). Режим доступа: <https://www.spot.uz/ru/2022/03/14/it-visa/>.

³³ Там же.

³⁴ Итоги реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Узбекистана в 2017-2021 годах. Factbook. Общенациональное движение Yuksalish. Режим доступа: https://yumh.uz/files/factbook_ru.pdf.



Приоритетными направлениями развития туризма в регионах считаются паломнический, гастрономический, оздоровительный, MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Events) и онлайн-туризм. Узбекистан – страна с многолетним опытом работы по предоставлению услуг паломнического, гастрономического, оздоровительного и природного туризма для внутренних путешественников. Совершенно новым направлением деятельности являются услуги MICE/делового, IT- и онлайн-туризма, ориентированные преимущественно для внешней аудитории.

Богатое наследие Узбекистана позволяет расширять возможности внутреннего и внешнего паломнического туризма. Правительство заключает договоры об организации специальных паломнических туров в Узбекистан с зарубежными партнёрами. Имеются договорённости с Пакистаном и Турцией. Большое внимание уделяется внедрению халяльной сертификации, обучению гидов по халяльному туризму и строительству халяльных гостиниц³⁵. По статистике, в 2018-2019 гг. поток туристов из Индонезии увеличился на 170%, Малайзии - на 158%, Турции - на 154%, мусульманских туристов из ОАЭ – на 153%³⁶. Разрабатывается концепция по созданию и развитию спутникового телеканала паломнического туризма «Имам Бухари», вещающего на индонезийском, бенгальском, малайском, турецком, арабском языках, языках хинди, урду, пушту и других, предусмотрена деятельность корреспондентов телеканала в зарубежных странах³⁷. Для развития внутреннего и паломнического туризма только в 2021 г. запущены авиарейсы «Фергана–Ургенч–Фергана», «Термез–Ургенч–Термез» и «Карши–Ургенч–Карши», железнодорожные сообщения по направлениям «Термез–Карши–Хива», «Хива–Ургенч–Нукус» и «Термез–Карши–Самарканд», а также увеличено количество железнодорожных сообщений «Андижан–Хива–Андижан»³⁸.

По данным Всемирной туристской организации при ООН (ЮНВТО), доля гастрономического туризма в общем доходе туристической отрасли достигает 30%³⁹, а 79% путешественников составляют планы поездок после изучения календаря гастрономических мероприятий и особенностей национальной кухни⁴⁰.

³⁵ Паломнический туризм имеет большой потенциал в Узбекистане (2019). Режим доступа: <https://isrs.uz/ru/uzbekiston-va-mo-oav-nigohida/palomniceskij-turizm-imeet-bolsoj-potencial-v-uzbekistane>.

³⁶ Сайт государственного Комитета по развитию туризма: <https://uzbektourism.uz/ru/news/view?id=1519>.

³⁷ Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан» (2021). Режим доступа: <https://mintrans.uz/ru/news/o-zbekiston-respublikasida-ichki-va-ziyorat-turizmini-yanada-rivojlantirish-chora-tadbirlari-to-g-risida>.

³⁸ Там же.

³⁹ I Международный Гастрономический фестиваль «Gastro Bazaar-2019» (2019). Режим доступа: <https://www.uzdaily.uz/ru/post/45438>.

⁴⁰ Там же.



30%

**– доля
гастрономического
туризма в общем доходе
туристической отрасли**

*Источник: Всемирная
туристская организация
при ООН (ЮНВТО)*

Исследование показало, что, национальная кухня каждого третьего туристического растущего государства мотивирует для путешествий – около 30% от общей стоимости будет потрачено на питание⁴¹. В этом плане, Узбекистан – рай для гурманов. Национальная кухня изобилует мясными, бобовыми, мучными и хлебобулочными изделиями и сладостями. В ней насчитывается более 100 видов плова, 70-80 видов супов, около 30 видов шашлыка⁴², более 57 рецептов самсы⁴³ и большое количество видов хлеба. Культура и традиция приготовления плова в 2016 г. внесена в Репрезентативный список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО⁴⁴. В 2017 г. дан старт разработке гастрономической карты Узбекистана, позволяющей путешественнику самостоятельно совершать гастротуры по регионам страны. В тестовом режиме работает проект «Gastro Mahalla». В махаллях г. Ташкента и Бухары, расположенных на популярных туристических маршрутах, созданы семейные предприятия для знакомства туристов с традициями приготовления узбекских блюд в «домашних условиях» и популяризации продажи.

Свои коррективы внесла глобальная пандемия, резко сократив количество туристов. По данным Министерства туризма и культурного наследия, за 9 месяцев 2021 г. Узбекистан посетили 1,1 млн туристов, туристический бизнес заработал \$ 273 млн⁴⁵. С 2016 по 2019 гг. в допандемийное время, количество туристов увеличилось в 3 раза – с 2,03 млн (2016 г.) до 6,7 млн человек (2019 г.).

За аналогичный период, количество посетителей из стран Центральной Азии увеличивалось в среднем на 22-25% в год, в то время как годовой прирост среди туристов из стран дальнего зарубежья составлял 50%⁴⁶.

⁴¹ Там же.

⁴² Гастрономическая карта Узбекистана. Режим доступа: <http://micesolutions.uz/ru/news/1305.html>.

⁴³ Файзиева, Сайёра. Перспективы развития гастрономического туризма в Узбекистане. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-uzbekistane>.

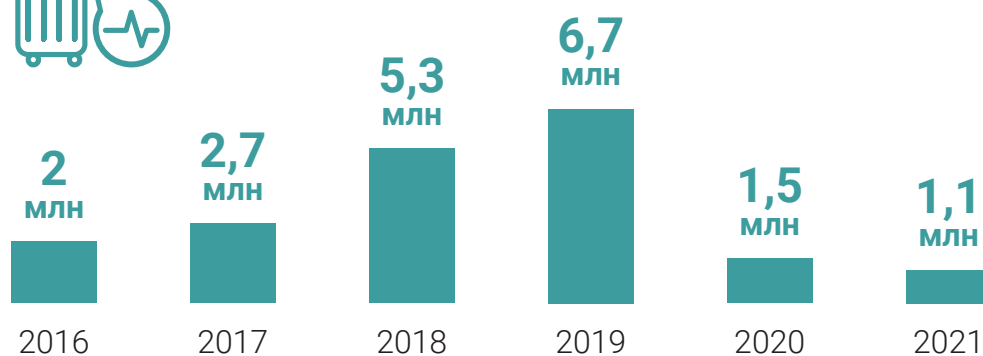
⁴⁴ Плов всему голова! Режим доступа: <https://uzbekistan.travel/ru/o/plov-vsemu-golova/>.

⁴⁵ Азиз Абдухакимов: Туризм является стратегической отраслью экономики (2021). Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/kursiv-guide/2021-04/aziz-abdukhakimov-turizm-yavlyaetsya-strategicheskoy-otraslyu-ekonomiki>.

⁴⁶ Развитие туризма в Узбекистане: обзор туротрасли за 2016-2020 гг. (2021). Режим доступа: <https://e-cis.info/news/566/92213/>.



Количество иностранных туристов, посетивших Узбекистан



Источник: Итоги реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Узбекистана в 2017-2021 годах: информационный бюллетень, 2021

По статистике, по количеству туристов среди стран Центральной Азии наиболее высокие показатели наблюдались в 2018-2019 гг. В региональном разрезе традиционно лидируют Казахстан – 2,293 млн (2018 г.) и 2,261 млн (2019 г.), Таджикистан – 1,095 млн (2018 г.) и 1,473 млн (2019 г.) и Кыргызстан – 1,055 млн (2018 г.) и 1,454 млн посетителей (2019 г.)⁴⁷. В пандемийных 2020-2021 гг. количество посетителей из этих стран резко пошло на спад, тем не менее, регион по-прежнему остаётся основным направлением, формирующим турпоток в Узбекистан. Казахстан, Кыргызстан и Таджикистан – неизменные лидеры по количеству туристов за 2018-2021 г. Наиболее предпочтительные маршруты среди центральноазиатских туристов – направления «Ош-города Ферганской долины-Ташкент-Самарканд-Бухара-Хива», «Бишкек-Ташкент-Самарканд-Бухара-Хива», «Семь озёр-Пенжикент-Самарканд-Бухара» и «Туркестан-Ташкент-Самарканд-Бухара».

Регионы, из которых направлены основные потоки международных туристов в Узбекистан (2018-2021 гг.)



Источник: Составлено по данным Государственного комитета по туризму Республики Узбекистан, 2018-2021 гг.

⁴⁷ Официальный сайт Министерства туризма и культурного наследия Республики Узбекистан. Режим доступа: <https://uzbektourism.uz/research/statistics>.

С начала 2021 г., Узбекистан открывает двери для иностранных туристов, постепенно снимает ковидные ограничения и прилагает усилия по совместному расширению транспортно-логистических маршрутов в регионе. На туристическом форуме руководителей туристских администраций стран-участниц ШОС, министр А.Абдухакимов заявил об активизации работы с приграничными странами по расширению комбинированных маршрутов в Центральноазиатском регионе⁴⁸.

Для восстановления достигнутого уровня турпотока в 2020 г. запущен проект «Uzbekistan. Safe travel guaranteed» («Узбекистан. Безопасное путешествие гарантировано»). Проект представляет собой новую систему санитарно-эпидемиологической безопасности для туристов на основе мировых стандартов. Сертификация объектов туризма и сопутствующей инфраструктуры, туристических услуг на основе новых санитарно-гигиенических требований стала обязательной для:

- государственных пограничных пунктов;
- воздушных, железнодорожных и автовокзалов;
- объектов материального культурного наследия, музеев, театров и др.⁴⁹.

Система предусматривает финансовую компенсацию для путешественников в случае заражения COVID-19 на территории Узбекистана.

В 2020 Г. СОЗДАНА ПЛАТФОРМА, ПРЕДЛАГАЮЩАЯ ВИРТУАЛЬНЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯ ПО СТРАНЕ. ОНА РАССЧИТАНА НА УВЕЛИЧЕНИЕ ПОТОКА ТУРИСТОВ В ПОСТПАНДЕМИЙНОЕ ВРЕМЯ, ТАК КАК ПОЗВОЛЯЕТ ЗАРУБЕЖНЫМ ПУТЕШЕСТВЕННИКАМ ЗАРАНЕЕ ПЛАНИРОВАТЬ МАРШРУТЫ ПО УЗБЕКИСТАНУ.

Примечательно, что до пандемии в результате реализации программы «Путешествие по Узбекистану» наблюдался рост внутреннего туристического потока. В 2019 г. в республике насчитывалось 14,7 млн внутренних туристов, в 2020 г. показатель сократился до 1,8 млн человек⁵⁰, а в 2021 г. их количество увеличилось до 7,5 млн⁵¹.

⁴⁸ Узбекистан запустит туристический маршрут со странами ЦА – Абдухакимов. Режим доступа: <https://uz.sputniknews.ru/20220520/uzbekistan-zapustit-turisticheskiy-marshrut-so-stranami-tsa--abduxakimov-24685327.html>.

⁴⁹ Там же.

⁵⁰ Азиз Абдухакимов: Туризм является стратегической отраслью экономики (2021). Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/kursiv-guide/2021-04/aziz-abdukhakimov-turizm-yavlyaetsya-strategicheskoy-otraslyu-ekonomiki>.

⁵¹ Развитие туризма в Узбекистане: обзор туротрасли за 2016-2020 гг. Режим доступа: <https://e-cis.info/news/566/92213/>.

При покупке туристических путёвок внутри республики путешественники и их семьи могут рассчитывать на скидку до 50%. Более того, продумываются новые виды отдыха для продвижения внутреннего туризма во время ограничений пандемии. Активный отдых реализуется проектом «Пеший туристский маршрут» (городская ходьба, терренкур, треккинг и хайкинг), нацеленный на улучшение здоровья граждан.

За 2016-2019 гг. объём экспорта туристических услуг увеличился в 10 раз и достиг \$ 1,3 млрд⁵². Если в 2016 г. количество туроператоров составляло 484, то к 2020 г. этот показатель увеличился в 3,2 раза и составил 1346⁵³. Для поддержки предпринимательства и бизнеса в сфере туризма до конца 2021 г. сохранены следующие льготы и преференции:



снижение ставки налога на прибыль на 50% от установленных ставок для туроператоров, турагентов, а также средств размещения;



частичное субсидирование расходов туроператоров на авиа- и железнодорожные билеты в размере 30% от стоимости при условии организации тура в Республику Узбекистан для иностранных туристских групп численностью не менее 10 человек и их пребывания не менее пяти ночевков в средствах размещения;



для туроператоров, турагентов и субъектов сферы туризма, оказывающих гостиничные услуги (услуги по размещению): освобождение от уплаты земельного налога с юридических лиц и налога на имущество юридических лиц; установление уплаты социального налога по сниженной ставке в размере 1%⁵⁴.

В 2021 г. объём выделенных средств из государственного бюджета на развитие отрасли составил 1 трлн сумов (\$100 млн)⁵⁵. За 9 месяцев 2021 г. было запущено 105 новых гостиниц и 1001 семейный гостевой дом. В результате количество гостиниц в стране достигло 1361, количество номеров 31388, семейных гостевых домов – 2365 единиц. Также построено и отремонтировано 1015 туалетов⁵⁶.

⁵² Азиз Абдухакимов: Туризм является стратегической отраслью экономики (2021). Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/kursiv-guide/2021-04/aziz-abdukhakimov-turizm-yavlyaetsya-strategicheskoy-otraslyu-ekonomiki>.

⁵³ Там же.

⁵⁴ Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан» (2021). Режим доступа: <https://mintrans.uz/ru/news/o-zbekiston-respublikasida-ichki-va-ziyosat-turizmini-yanada-rivojlantirish-chora-tadbirlari-to-g-risida>.

⁵⁵ Азиз Абдухакимов: Туризм является стратегической отраслью экономики (2021). Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/kursiv-guide/2021-04/aziz-abdukhakimov-turizm-yavlyaetsya-strategicheskoy-otraslyu-ekonomiki>.

⁵⁶ Узбекистан за девять месяцев посетили свыше 1,1 миллиона туристов (2021). Режим доступа: <https://podrobno.uz/cat/podrobno/uzbekistan-za-devyat-mesyatsev-posetili-svyshe-1-1-milliona-turistov/>.

В 2022 г. планируется повторно запустить 636 объектов размещения, 80 туристических организаций и создать дополнительно 4,5 тысячи рабочих мест⁵⁷.

В стране действуют 5 высших учебных заведений в сфере туризма, ежегодно выпускающих более 500 студентов с дипломом бакалавра, а свыше 40 студентов – магистра, более 3,5 тысячи кадров выпускают 12 специализированных профессиональных колледжей⁵⁸. С 2021-2022 учебного года в Международном университете туризма и культурного наследия «Шёлковый путь» (г. Самарканд), Ташкентском государственном экономическом университете, Бухарском и Термезском государственных университетах открылись специальности магистратуры по направлениям «паломнический туризм», «транспортная логистика» и «творческая индустрия»⁵⁹.

За последнее время Узбекистан добился положительных результатов в реализации стратегии развития туризма.

**НЕСМОТЯ НА СЛОЖНОСТИ
С ПАНДЕМИЕЙ, СТРАНА ИЩЕТ ПУТИ
ДЛЯ ПРИСПОСОБЛЕНИЯ К НОВЫМ
РЕАЛИЯМ, МИНИМИЗАЦИИ РИСКОВ
И ПОТЕРЬ, СВЯЗАННЫХ
С ГЛОБАЛЬНЫМИ ОГРАНИЧЕНИЯМИ.**



⁵⁷ Там же.

⁵⁸ Ибрагимова, Найля. Якубов, Нурбек. Повышение роли туризма как важной отрасли экономики Узбекистана (2021). Институт прогнозирования и макроэкономических исследований. Режим доступа: <https://ifmr.uz/publications/articles-and-abstracts/tourism>.

⁵⁹ Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан» (2021). Режим доступа: <https://mintrans.uz/ru/news/o-zbekiston-respublikasida-ichki-va-ziyorat-turizmini-yanada-rivojlantirish-chora-tadbirlari-to-g-risida>.

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Развитие туризма напрямую зависит от эффективности решений, принимаемых и реализуемых на нескольких уровнях. К решениям верхнего уровня относятся – принятие стратегий развития, концепций, «дорожных карт», совершенствование нормативно-правовой базы, принятие комплексных программ и первоочередных мер, создание эффективных механизмов и институтов, осуществляющих намеченные цели. Решения нижнего уровня, связаны с верхним: они могут быть как отдельными решениями, инициативами, идеями на местном уровне, так и дополнительной поддержкой реализуемой государственной политики.

Узбекистан усиленными темпами решает проблемы верхнего уровня. Политическая воля руководства республики и открытость к изменениям позволили направить сферу туризма в одно русло. Изучение опыта зарубежных стран показывает, что длительное отсутствие в стране единой политики и стратегии в сфере туризма считается неотложной проблемой, препятствующей развитию данного сектора⁶⁰. В Стратегии Нового Узбекистана чётко обозначена работа, которая должна быть выполнена для решения имеющихся проблем:

- совершенствование нормативно-правовой базы, внедрение международных норм и стандартов, направленных на создание благоприятных условий для развития туризма;
- развитие туристической и сопутствующей инфраструктуры в регионах страны с учётом потребностей и требований путешественников;
- развитие транспортной логистики, расширение внешних и внутренних маршрутов, повышение качества транспортных услуг;
- снижение влияния сезонных факторов за счёт диверсификации туристических продуктов и услуг для разных сегментов туристического рынка;
- развитие внутреннего туризма, обеспечивающее стимулирование деятельности субъектов туризма, направленной на удовлетворение спроса на туристские услуги в стране;
- продвижение туристических продуктов Узбекистана на внутреннем и внешнем рынках, укрепление имиджа как безопасной страны для путешествий и отдыха;
- совершенствование системы подготовки высококвалифицированных специалистов, переподготовки и повышения квалификации обслуживающего персонала;
- создание сети биотуалетов, налаживание службы проката автомобилей (Rent a Car), создание особых экономических зон для развития туризма, продолжение работы по ускоренному развитию новых перспективных видов промышленности;

⁶⁰ Паломнический туризм имеет большой потенциал в Узбекистане (2019). Режим доступа: <https://isrs.uz/ru/uzbekiston-va-mo-oav-nigohida/palomniceskij-turizm-imeet-bolsoj-potencial-v-uzbekistane>.

- поддержка бизнеса при организации обслуживания в туристическом кластере, туристских зонах, индустрии туризма⁶¹.

Также отмечается **необходимость продолжения работы по включению объектов историко-культурного наследия в туристические маршруты**. Из 8,2 тыс. объектов культурного наследия, только 500 включены в туристические маршруты. Планируется довести этот показатель до 800⁶².

Путешественнику должно быть комфортно в стране пребывания. Путешествие начинается с желания туриста посетить ту или иную страну. Наличие качественной, достоверной и доступной информации в одном месте, лёгкость бронирования билетов, гостиниц, разрешения на посещение различных мероприятий и оформление других документов, наличие в информационном пространстве электронных маршрутов, карт, приложений позволяют туристу заранее представить поездку. Цифровизация услуг может не только ответить на вопросы заранее, но фактически делает страну «открытой», создаёт массу возможностей для потенциальных посетителей. Более того, цифровизация услуг может полностью устранить недостаток информации, заменить привычные для туристического сектора бумажные брошюры, информационные материалы, карты и др. Это полезно не только для иностранных туристов, но и для внутренних, возможно, не имеющих представления о достопримечательностях у себя дома.

Следующий не менее важный вопрос – **обеспечение качественной и недорогой (ориентированной на туриста – примечание автора) международной и внутренней транспортной связи**. В Стратегии отмечается, что важным фактором развития регионов является обеспечение транспортного сообщения между ними. Планируется создание взаимосвязанной транспортной сети из всех населённых пунктов, посёлков и сёл до столицы, крупнейших городов и туристических центров⁶³.

С начала 2021 г. идёт активная работа по усовершенствованию НАК «Uzbekistan Airways» и Uzbekistan Airports. В планах на ближайшие пять лет – превращение авиакомпании Uzbekistan Airways «в самую крупную, сильную, развитую, с наибольшим числом самолётов, рейсов, пассажиропотоком в регионе»⁶⁴. Обновлённая бизнес-стратегия компании предполагает гибридную модель обслуживания, согласно которой часть полётов будет осуществляться по принципу полного сервиса (full service carrier), часть – по принципу лоукостера (low cost carrier)⁶⁵.

⁶¹ Мирзиёев Ш.М. 175-176 б.

⁶² Мирзиёев Ш.М. Б.174.

⁶³ Мирзиёев Ш.М. Б. 169.

⁶⁴ «Если не увеличим число самолетов, можем отдать рынок» — вице-премьер (2020). Режим доступа: <https://www.gazeta.uz/ru/2020/02/13/aircrafts/>.

⁶⁵ Uzbekistan Airways переводят на новую бизнес-модель. Главные изменения (2021). Режим доступа: <https://www.gazeta.uz/ru/2021/04/19/uzbekistan-airways/>.

На рынке Узбекистана уже представляет услуги – HumoAir – «народный перевозчик» внутренних авиарейсов по «значительно более дешёвым тарифам»⁶⁶. Компания в дальнейшем планирует выход на рынок Центральной Азии. Также, Uzbekistan Airports в 2022 г. намерена создать региональную дочернюю компанию Silk Avia, которая организует внутренние перевозки не только по принципу point to hub (из столицы в регионы), но и по модели point to point (между регионами)⁶⁷. В планах – развитие до 40 маршрутов и покупка региональных самолётов с пассажиро-местимостью до 70 человек, с тарифами, сопоставимыми с железнодорожными⁶⁸.

Также, очень важным является **развитие придорожной инфраструктуры вдоль туристических маршрутов**. Это необходимое условие для комфортного передвижения туристов, предпочитающих автопутешествия. Современная придорожная инфраструктура зачастую ограничена объектами дорожного сервиса – автозаправочными станциями, санитарно-гигиеническими узлами, пунктами питания и мелкой торговли. Они расположены в хаотичном порядке, вблизи населённых пунктов или мест, традиционного скопления пассажиров. Неравномерное расположение объектов инфраструктуры ухудшает качество дорожного сервиса. Необходима реализация проекта организованного размещения комплекса придорожного обслуживания на уровне дорог республиканского значения. Эти комплексы могут включать не только традиционные службы сервиса (АЗС, кафе, туалеты, мини-маркеты и т.д.), но и постоянные ярмарки местных (региональных) товаров, сувенирных лавок, крупных сетей супермаркетов и т.д.

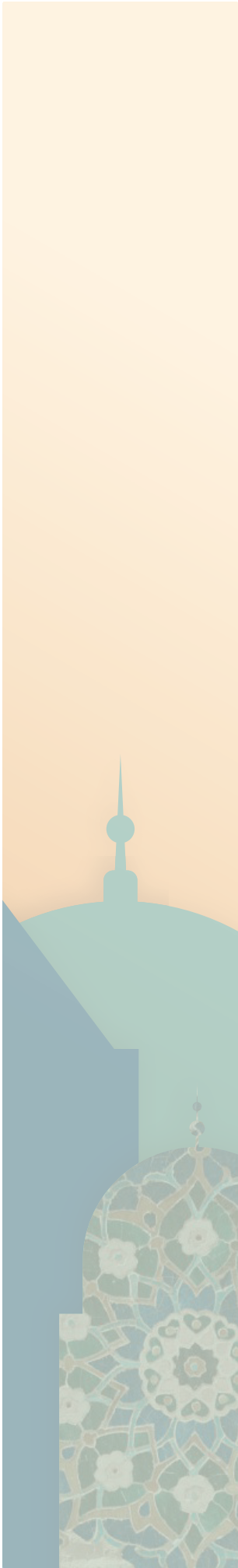
Развитие сферы туризма тесно связано с решением проблем низового уровня. 90% туристских организаций в Узбекистане – в частном секторе. Это позволяет формировать конкурентную среду, диверсифицировать количество участников рынка и их услуги. Можно констатировать, что уровень сервиса, предоставляемого частным бизнесом, растёт с каждым годом, но до международных стандартов не дотягивает.

СФЕРА НУЖДАЕТСЯ В УНИФИКАЦИИ КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ. НЕОБХОДИМА РАЗРАБОТКА ЕДИНЫХ СТАНДАРТОВ ДЛЯ ОТЕЛЕЙ, ГОСТИНИЦ, ГОСТЕВЫХ ДОМОВ, СФЕРЫ ПИТАНИЯ, ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТОВ ПО ОТДЕЛЬНОСТИ.

⁶⁶ Официальный сайт Авиакомпании Humo Air: <http://humo-air.ru/>.

⁶⁷ Официальная страница Uzbekistan Airports в сети Телерам: <https://t.me/uzbairportsuz>.

⁶⁸ Там же.



Крупные и средние отели в Узбекистане, особенно в Ташкенте и Самарканде, имеют достаточные ресурсы для проведения в них бизнес ивентов, конференций, симпозиумов, семинаров и других международных мероприятий. Тем не менее, как показывает практика, только крупнейшие отделы используют этот потенциал во время проведения масштабных мероприятий государственного значения. Расположение Узбекистана в сердце Центральной Азии, могло бы сыграть важную роль в превращении крупных городов Узбекистана, в центр MICE/делового туризма. Продвижение туристического бренда Узбекистана в качестве регионального хаба ивент туризма нуждается в более усиленной поддержке со стороны государства.

Отели, обладающие необходимой инфраструктурой для проведения различных мероприятий, могут разработать специальные пакеты для организованного бизнес путешествия. Специальная услуга «всё включено» может быть разработана каждой гостиницей отдельно начиная от заключения соглашений с компаниями, организующими различные мероприятия, заканчивая предоставлением полного спектра услуг вплоть до эксклюзивных услуг по желанию заказчика. Со своей стороны, государство должно внедрять механизмы дополнительного поощрения гостиниц, организовывающих подобные мероприятия для бизнес туристов. Разработка общих стандартов и требований к качеству организации международных мероприятий позволит установить минимальные требования к качеству предоставляемых услуг отелями, оставив при этом простор для креативности и фантазии принимающей стороны для поддержания конкуренции на рынке.

Грамотная государственная политика решает проблемы на вернем уровне, создавая комфортные условия пребывания в стране для путешественника. Устранение проблем низового уровня оставляет у туриста приятные впечатления. Это может быть реализация инициатив и идей по обустройству гостевых домов, ресторанов и прочих зданий в регионах, составлению меню, обогащению культурно-развлекательных программ с учётом местной специфики и традиций, разработки туристических приложений и стартапов. Одним словом, от сервиса и обслуживания до инновационной активности граждан.

Последняя, но не менее значимая проблема – это **недоступность качественной и систематизированной статистики**, открытых данных и опубликованных исследований о сфере туризма. Нехватка информации сильно тормозит проведение исследований в этой области, ограничивает результаты этих исследований общими выводами и рекомендациями, плохо интегрированными с реальностью. С другой стороны, наличие полной и достоверной информации не менее важно для практиков – аналитиков рынка, местных и зарубежных туристических компаний, консалтинговых агентств и других участников сферы. Важно обеспечить

качественными статистическими данными для формирования полной картины: уровень спроса на услуги туризма и туристических продуктов, составление профиля иностранного и внутреннего туриста, изучение его потребностей и предпочтений и многое другое. Проблема может быть решена под руководством профильных государственных учреждений.

**ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ МИНИСТЕРСТВА
ТУРИЗМА И КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ МОГ
БЫ СТАТЬ ЕДИНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ
СИСТЕМОЙ, В КОТОРОЙ БУДЕТ ПРЕДСТАВЛЕНА
ПОСЛЕДНЯЯ И РЕЛЕВАНТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ.**

Доступная информация позволит более глубоко изучать процессы, наблюдать за изменениями и делать более точные прогнозы. Ежегодно на международном рынке появляются новые виды и направления туризма, растёт конкуренция, как между «старыми» участниками, так и между «новыми». Вовлечение частного сектора в процесс продвижения туризма предполагает обеспечение его всей необходимой информацией для ведения бизнеса.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Для Узбекистана туризм – стратегическое направление развития экономики в постпандемийном будущем. Страна может занять своё место на туристической карте мира, предложив уникальное культурно-историческое наследие, богатые национальные традиции, красивую природу и великолепную кухню.

Предлагаем следующие рекомендации для усиления и продвижения туристического бренда Узбекистана:

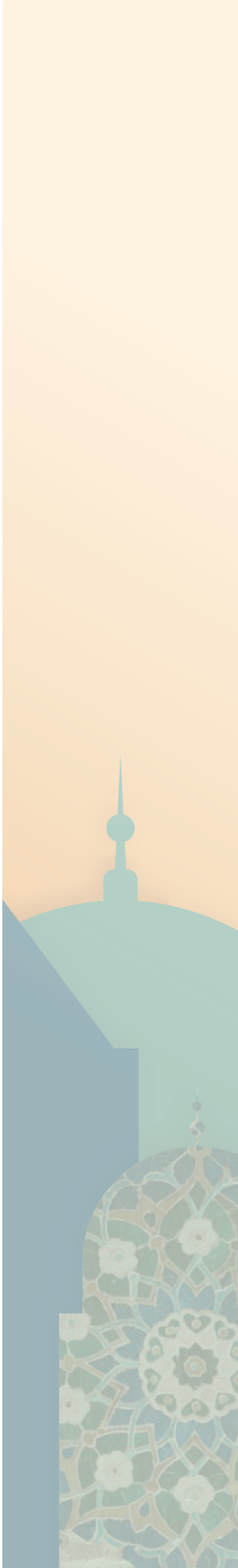
В сфере PR:

Туристический бренд Узбекистана должен основываться на низкой доступности и высоком качестве услуг. Создание «цифрового туристического облика» страны может сделать Узбекистан более открытым, доступным, предпочтительным направлением для путешествия. Завершение работ по созданию паломнических и гастрономических карт Узбекистана, построение различных маршрутов для самостоятельно путешествующих, широкая и доступная цифровизация услуг и сервиса, могут позволить потенциальному туристу самостоятельно планировать путешествие. Скорейший запуск официального сайта Министерства туризма и культурного наследия с необходимой актуальной информацией может стать «навигатором» для туриста, создав возможность получить всю необходимую информацию в одной платформе. Также, необходимо предоставление качественной, систематизированной и последней статистической информации и открытых данных на сайте министерства для обеспечения необходимой информацией для исследователей, аналитиков и участников рынка.

В сфере логистики:

Увеличение количества международных и внутренних авиарейсов, за счёт введения в эксплуатацию лоукостеров и либерализация цен (в первую очередь) на международные рейсы сократят время доставки путешественника из «условной» Европы, Азии, России и т.д. и повысят конкурентоспособность Узбекистана на туристической карте мира.

Страны Центральной Азии имеют важное значение для развития сферы туризма в Узбекистане. Казахстан, Таджикистан и Кыргызстан – лидеры по количеству иностранных туристов за последние 5 лет. Несмотря на внушительные показатели,



пока не разработана схема туристических маршрутов, как между двумя странами, так и в рамках региона. Туристы ориентируются на уже «испробованные», хорошо известные маршруты. Межведомственное сотрудничество в этом направлении может вернуть статистику по турпотoku на допандемийный уровень, открыть новые пути, наладить транспортное сообщение между этими пунктами.

Для улучшения сервиса вдоль туристических маршрутов необходима разработка и реализация государственных проектов по развитию придорожных объектов инфраструктуры. Создание комплексных зон обслуживания может быть осуществлено за счёт государственно-частного партнёрства, предоставления льготных кредитов для приобретения земли и/или строительства объектов, освобождения от налогов на определённый период и предоставления других налоговых и иных послаблений для бизнеса. В развитии малого туристического предпринимательства важна роль хокимиятов – местных органов власти. Они также могут содействовать частному бизнесу в упрощённой аренде помещений, оформлении документов на оказание туристических услуг и т.д. в придорожных объектах инфраструктуры.

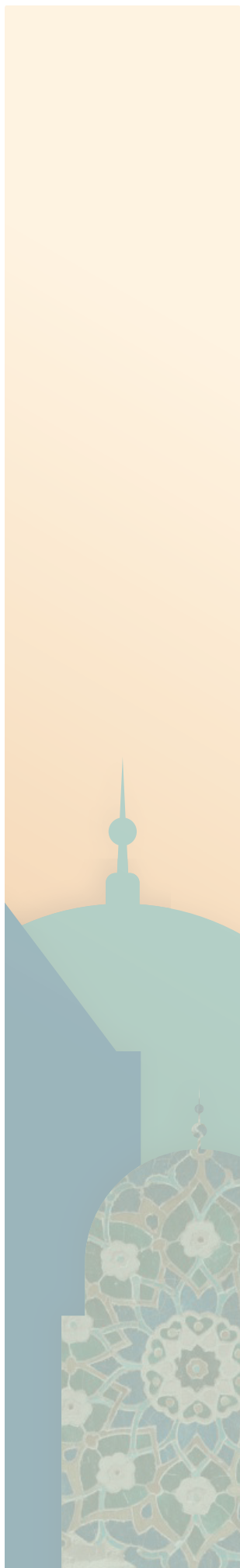
В сфере цифровых услуг:

Узбекистан делает упор на подготовку высокооплачиваемых кадров со сложными навыками. Поддержка стартапов и инновационных решений в сфере туризма обеспечит путешественникам, пребывающим в стране более комфортное времяпровождение. Например, разработка приложения вызова такси без подключения местной сим-карты и интернета, может существенно облегчить путешественнику вызов такси от аэропорта до гостиницы и обратно.

В условиях пандемии, внутренний туризм можно активизировать дополнительными мерами поощрения. Внедрение программы туристического кешбэка – возврат части средств от стоимости поездки за отдых в Узбекистане, позволит снизить стоимость туристических услуг и послужит стимулом для внутреннего путешественника. Программа может быть внедрена для увеличения количества путешественников в не туристический сезон для отдыха. Благодаря такой акции туристическая отрасль может получить дополнительный доход в «мёртвый» сезон, традиционно свободный от туристов.

В концептуальном отношении:

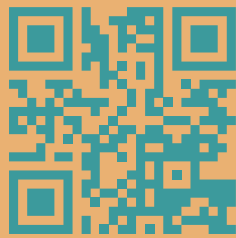
В долгосрочной перспективе, туризм – о трансляции ценностей, т.е. то, что мы хотим передать внешнему миру и следующим поколениям. Образ современного Узбекистана – «созидательное государство», действия, которого целиком и полностью не опираются на логику монетизации (это актуально, исключительно, для достижения краткосрочных целей), а ставит цель сохранения материально-культурного наследия страны. Когда страна хочет транслировать ценности – усилия должны быть как на верхнем, так и на нижнем уровне. Только совместная работа позволит достичь положительного результата.



ИСТОЧНИКИ

1. Adamson, Allen (2006) Brand Simple. How the Best Brands Keep it Simple and Succeed, New York: Palgrave Macmillan.
2. Anholt, Simon (1998) 'Nation-Brands of the Twenty-First Century', Journal of Brand Management, 5: 6, pp. 395-406.
3. Anholt, Simon (2007) Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions, London: Palgrave Macmillan. P. 9.
4. Batey, Mark (2008) Brand Meaning, London: Routledge.
5. Cerny, Philip (2010) 'The Competition State Today: From Raison d'Etat to Raison du Monde', Policy Studies, 31: 1, pp. 5-21.
6. EIU report Worldwide Cost of Living 2021. Available at: <https://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/WCOL-free-report-V7.pdf>.
7. Kotler, Philip, Haider, Donal and Rein, Irving (1993) Marketing Places. Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations, New York: The Free Press.
8. Kotler, Philip, Jatusripitak, Somkid and Maesincee, Suvit (1997) The Marketing of Nations. A Strategic Approach to Building National Wealth, New York: The Free Press. pp. 111–159.
9. Randall, Geoffry (1997) Branding, London: Kogan Page Limited.
10. Safety in Uzbekistan 2021. Numbeo. Available at: https://www.numbeo.com/crime/country_result.jsp?country=Uzbekistan.
11. Uzbekistan Airways переводят на новую бизнес-модель. Главные изменения (2021). Режим доступа: <https://www.gazeta.uz/ru/2021/04/19/uzbekistan-airways/>.
12. I Международный Гастрономический фестиваль «Gastro Bazaar-2019» (2019). Режим доступа: <https://www.uzdaily.uz/ru/post/45438>.
13. «Если не увеличим число самолетов, можем отдать рынок» – вице-премьер (2020). Режим доступа: <https://www.gazeta.uz/ru/2020/02/13/aircrafts/>.
14. Абриев З.С. Развитие социально-экономического потенциала туризма в Узбекистане в условиях пандемии COVID-19: перспективы на будущее через призму настоящего // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 4. – doi: 10.18334/epp.12.4.114360.
15. Азиз Абдухакимов: Туризм является стратегической отраслью экономики (2021). Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/kursiv-guide/2021-04/aziz-abdukhakimov-turizm-yavlyaetsya-strategicheskoy-otraslyu-ekonomiki>.
16. Гастрономическая карта Узбекистана. Режим доступа: <http://micesolutions.uz/ru/news/1305.html>.
17. Запущен сайт о программе релокации и выдаче виз для IT-специалистов (2022). Режим доступа: <https://www.spot.uz/ru/2022/03/14/it-visa/>.

18. Ибрагимова, Найля. Якубов, Нурбек. Повышение роли туризма как важной отрасли экономики Узбекистана (2021). Институты прогнозирования и макроэкономических исследований. Режим доступа: <https://ifmr.uz/publications/articles-and-abstracts/tourism>.
19. Итоги реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Узбекистана в 2017-2021 годах. Factbook. Общенациональные движения Yuksalish. Режим доступа: https://yumh.uz/files/factbook_ru.pdf.
20. Копьев, Вячеслав. Дорожная карта антикризисной стратегии. Журнал Россия в глобальной политике. №2, 2009. Режим доступа: <https://globalaffairs.ru/articles/dorozhnaya-karta-antikrizisnoj-strategii/>.
21. Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон стратегияси [Матн] / Ш.М. Мирзиёев. - Тошкент: "O'zbekiston" нашриёти, 2021. - 464 б.
22. Новичков, Николай. Туризма как фактор глобальной политики. Журнал Россия в глобальной политике. №3, 2016. Режим доступа: <https://globalaffairs.ru/articles/turizm-kak-faktor-globalnoj-politiki/>.
23. Официальная страница Uzbekistan Airports в сети Телерам: <https://t.me/uzbairportsuz>.
24. Официальный сайт Авиакомпании Humo Air: <http://humo-air.ru/>.
25. Паломнический туризм имеет большой потенциал в Узбекистане (2019). Режим доступа: <https://isrs.uz/ru/uzbekiston-va-mo-oav-nigohida/palomniceskij-turizm-imeet-bolsoj-potencial-v-uzbekistane>.
26. Паспортный контроль в аэропорту Ташкента теперь можно пройти за 7 минут (2018) Режим доступа: <https://kun.uz/ru/99765160>.
27. Плов всему голова!
Режим доступа: <https://uzbekistan.travel/ru/o/plov-vsemu-golova/>.
28. Развитие туризма в Узбекистане: обзор туротрасли за 2016-2020 гг. (2021). Режим доступа: <https://e-cis.info/news/566/92213/>.
29. Сайт государственного Комитета по развитию туризма: <https://uzbektourism.uz/ru/news/view?id=1519>.
30. Узбекистан за девять месяцев посетили свыше 1,1 миллиона туристов (2021). Режим доступа: <https://podrobno.uz/cat/podrobno/uzbekistan-za-devyat-mesyatsev-posetili-svyshe-1-1-milliona-turistov-/>.
31. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан» (2021). Режим доступа: <https://mintrans.uz/ru/news/o-zbekiston-respublikasida-ichki-va-ziyorat-turizmini-yanada-rivojlantirish-chora-tadbirlari-to-g-risida>.
32. Указ Президента Республики Узбекистан УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан». Режим доступа: <https://lex.uz/ru/docs/4143186#4149999>.
33. Файзиёева, Сайёра. Перспективы развития гастрономического туризма в Узбекистане. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-uzbekistane>.



@CABAR.asia

