



Volume: 02 Issue: 12 | Dec 2021 ISSN: 2660-454X

<http://cajitmf.centralasianstudies.org/index.php/CAJITMF>

Роль Внутреннего Туризма В Развитии Национальной Экономики Республики Узбекистан

¹ Бозоров Абдор Рахматилла оглы

Received 29th Oct 2021,
Accepted 29th Nov 2021,
Online 30th Dec 2021

¹ преподаватель Шахрисабзского
туристического техникума, научный
исследователь

Аннотация: Индустрия внутреннего туризма играет важную роль в мировой экономической и социальной жизни. Его место и роль в мире растут с каждым годом, и сегодня эта область объединила значительную часть населения мира. По данным Всемирной туристской организации (ВТО), “количество международных туристов в 1950 году составляло 25 миллионов, в 1980 году - 278 миллионов, в 1995 году - 528 миллионов, в 2017 году - 1,4 миллиарда, а к 2030 году эта цифра достигнет 1,8 миллиарда”. Ожидается, что в нашей стране этот показатель будет быстро расти.

Ключевые слова: Роль, Туризма, Экономики.

В 2015 году Республику Узбекистан посетило 1977,0 тыс. человек, в 2019 году этот показатель составил 6748,0 тыс. человек. Внутренний туризм в Республике Узбекистан в 2016 году составил 8855,0 тыс. человек, в 2019 году этот показатель составил 18567,0 тыс. человек. Этот показатель составляет 1243,8 тыс. человек. в Кашкадарьинской области в 2019 году, а его доля в стране составляет 6,98%. Дальнейшее развитие внутреннего туризма - одна из ключевых задач, стоящих перед нами.

Как отметил Президент Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёев в Послании Олий Мажлису, «... превращение туризма в стратегический сектор экономики останется для нас приоритетом. В стране более 8 200 объектов культурного наследия, и только 500 из них включены в туристические маршруты¹».

Исследования ведутся по ряду направлений с целью совершенствования организационно-экономических механизмов развития отечественной туристической индустрии в мировой экономике. Это история становления внутреннего туризма как мировой индустрии и этапы его развития, роль внутреннего туризма в экономике, факторы их развития, их классификация и описание, роль рекламы в развитии внутреннего туризма. , роль внутреннего туризма в

¹Мирзияев Ш.М. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису, Народное слово, 24.01.2020.

увеличении количества и качества услуг и установлении перспектив эффективности. Эти направления играют важную роль в проведении исследований, направленных на совершенствование организационно-экономических механизмов развития отечественной туристической индустрии.

В настоящее время определены среднесрочные приоритеты развития внутреннего туризма на основе Стратегии действий по развитию страны на 2017-2021 годы. В частности, отмечалось, что «к 2025 году количество иностранных туристов, посещающих нашу страну, должно достичь 7 миллионов, а годовой доход от внутреннего туризма - 2 миллиарда долларов»². Соответственно, в документе установлены задачи по формированию и последовательной реализации целостной концепции развития внутреннего туризма, приданию внутреннему туризму статуса стратегического сектора экономики, комплексное развитие и диверсификация отрасли во всех регионах, реструктуризацию экономики и превращение ее в мощный инструмент. Были определены приоритеты устойчивого развития, такие как увеличение доли внутреннего туризма в доходах, занятости, реализация соответствующих мер по повышению уровня и качества жизни. Однако об актуальности докторской (PhD) диссертации свидетельствует тот факт, что вопросы совершенствования организационно-экономических механизмов развития отечественной туристической индустрии недостаточно изучены и мало освещены в экономической литературе.

Выполненная нами научно-исследовательская работа заслуживает для выполнения требований ряда нормативных актов нашей страны, в частности, Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-4861 от 2 декабря 2016 года «О мерах по обеспечению ускоренного развития внутреннего туризма в Республике Узбекистан», Указ № ПФ-4947 от 7 февраля 2017 года «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан», Постановление № ПФ-5326 от 3 февраля 2018 года «О дополнительных организационных мерах по созданию благоприятных условий для развития внутреннего туристического потенциала Республики Узбекистан», Постановление Президента от 6 февраля 2018 года «О мерах по развитию въездного внутреннего туризма», Постановление Президента № PQ-3514 от 7 февраля 2018 г. «О мерах по ускорению развития внутреннего туризма», Постановление № ПП-4095 от 5 января 2019 г. «О мерах по ускорению развития отечественной туристической индустрии» и др.

Теоретически проанализировав многие определения внутреннего туризма, мы пришли к выводу, что определение этой категории еще не привело к тому же выводу, что и отрасль.

На наш взгляд, определение внутреннего туризма целесообразно разрабатывать с учетом таких качеств, как экономическая категория, отрасль, субъект хозяйствования. Потому что без всестороннего взгляда на какой-либо экономический процесс или категорию будет сложно полностью раскрыть его содержание в теории.

Если рассматривать внутренний туризм как экономическую категорию, его можно охарактеризовать следующим образом. Внутренний туризм означает, что люди переезжают с одного места жительства в другое (страну) менее суток и не более года с различными целями (отдых, учеба, лечение, спорт и т. Д.).

Внутренний туризм также можно охарактеризовать как отрасль экономики. Сеть внутреннего туризма - совокупность хозяйствующих субъектов со статусом юридических и физических лиц, осуществляющих деятельность, связанную с перемещением людей с одного места жительства в другую (страну) на срок менее суток и не более года и создающих соответствующие условия для проживания там.

²Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзияева Олий Мажлису от 28 декабря 2018 г. // Газета «Народное слово». 29 декабря 2018 года.

Если мы посмотрим на внутренний туризм с точки зрения необходимости рассматривать его как субъект хозяйствования и разработать его определение, мы пришли к выводу, что его можно охарактеризовать как туристическое предприятие или фирму. Туристическая фирма (предприятие) - это самостоятельное хозяйствующее лицо, занимающееся туристической деятельностью, имеющее собственный счет и баланс в соответствующих банках.

Очевидно, что большое количество вопросов, которые еще предстоит решить в связи с этими проблемами, требует большого количества исследований и разработок с точки зрения теоретических, методологических и практических аспектов внутреннего туризма как отрасли, сектора и бизнес-единицы. Внутренний туризм как отдельный сектор экономики имеет свои особенности, которые отражаются в следующем:

- невозможность оценки туристических услуг как материального блага, а также других услуг;
- потребление в процессе оказания туристических услуг;
- не отражаться в качестве субъекта в процессе купли-продажи туристических услуг, а также других видов услуг;
- качество туристических услуг неодинаково, т.е. одни и те же услуги предоставляются на разных уровнях разными туристическими агентствами одновременно, а услуги, предоставляемые одним туристическим агентством, не имеют одинакового качества в разное время;
- невозможность резервировать и поддерживать туристические услуги;
- результаты туристических услуг измеряются не материальной выгодой, а количеством туристов и деньгами;
- возможность прямого сотрудничества поставщиков туристических услуг и потребителей при оказании услуг.

Как видно, туристические услуги как сеть имеют свои особенности. Эти особенности определяют характер сети и ее способность работать как сеть.

Таким образом, определение места внутреннего туризма среди других секторов также напрямую связано с определением его места в национальной экономике.

Внутренний туризм развивается как отрасль экономики и в определенной степени занимает свое место. Несмотря на огромный туристический потенциал нашей страны, ее доля в общем объеме ВВП все еще невысока. Этот сектор имеет не только экономическое, но и культурное, политическое и социальное значение. Потому что внутренний туризм, наряду с общим экономическим ростом, способствует развитию менее развитых регионов.

Мировой опыт показывает, что открытие туристических центров во многих слаборазвитых районах является ключевым фактором развития этого региона. Это основной источник развития для многих стран. Создание туристических центров в горных и сельских районах приведет к развитию этих территорий, улучшению условий жизни населения. В связи с этим этой области всегда и во всех местах следует придавать большое значение. Таким образом обеспечивается сбалансированное развитие регионов.