



ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Хидирова Гавхар Рустамовна,

PhD, Доцент,

Бухарский государственный университет

Аннотация. В статье рассматривается устойчивое развитие регионов, на основе эффективного использования местного туристического потенциала как уникального фактора экономического роста для стран мира. Также, уделяется особое внимание обеспечению экономического роста в регионах, повышению роли и значения туризма, в особенности внутреннего туризма, в решении важнейших социальных проблем (занятость, доходы, человеческий капитал и др.).

Ключевые слова: Общие виды туризма, устойчивое развитие регионов, социальные проблемы, внутренний туризм, природно-экономические ресурсы, драйвер, точка роста.

Введение:

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), доля иностранного туризма в основных туристических направлениях составляет 25–30%, остальное приходится на внутренний туризм. Среди общих видов туризма внутренний туризм служит основным источником доходов, формирующих республиканский и местный бюджет. В частности, доходы от внутреннего туризма в развитых и развивающихся странах составляют 70–90 процентов от общего дохода. Этот показатель в 2018 году, по данным UNWTO, составил в Китае – 91,0 %, Бразилии – 95,0 %, Японии – 94,0 %, Корее – 93,0 %, Мексике – 88,0 %, Великобритании – 82,0 %, США – 81,0 %, Австралии – 73,0 %, Малайзии – 75,0%, Франции – 70,0%, Италии – 71,0% и выше.

Из-за COVID-19 международный туризм пережил определенный кризис. Но в преодолении этого кризиса в качестве приоритета практически все страны мира сделали акцент на развитии и поддержке внутреннего туризма. В стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы в рамках программы «Путешествие по Узбекистану» (цели 33 и 34) планируется увеличить количество местных туристов с 12 млн. человек (цель 35). Исследования, посвященные развитию внутреннего туризма в стране практически не проводились. Актуальность данного исследования заключается в формировании цепочки взаимосвязи внутреннего туризма с социально-экономическим развитием региона, проведении анализа и прогнозирование внутреннего туризма, разработке стратегии его развития, разработке научно-теоретических и методических подходов поддержки внутреннего туризма в регионах государством.



Основная часть:

Пропорциональное социально-экономическое развитие региона, совершенствование его экономической структуры, превращение в точку роста в качестве драйвера во многом напрямую связано с внутренним туризмом. Поэтому, на наш взгляд, целесообразно уточнить определение, значение, цели, виды и формы внутреннего туризма с научно-теоретической точки зрения. Термин внутренний туризм определен в Законе Республики Узбекистан «О туризме». «Формами туризма являются международный и внутренний туризм. Внутренний туризм включает в себя путешествие в пределах Республики Узбекистан лиц, постоянно проживающих в Республике Узбекистан».

Другое официальное определение дает Госкомстат, согласно которому «внутренний туризм включает в себя деятельность посетителя, являющегося постоянным жителем данной страны, совершающего внутреннюю или выездную туристическую поездку в пределах этой страны».

Путем обобщения и уточнения определений внутреннего туризма, содержащихся в официальных документах, а также данных зарубежными и отечественными учеными, автор дал следующее определение: «Внутренний туризм – это формирование туристского потока местного населения на уровне страны, между ее регионами разного уровня».

Согласно требованиям международной статистики, поток внутреннего туризма включает в себя следующее: находящиеся других регионах страны в командировках, краткосрочном обучении, отдыхе, посещении родственников и знакомых, лечении и восстановлении здоровья, посещении религиозных мест и святынь, закупке продуктов, решении вопросов, связанных с работой и другими личными целями.

Из данного следует, что формирование внутреннего туризма на основе целей путешествия относительно шире, и не все туристы непосредственно пользуются туристскими услугами. На наш взгляд, при углубленном анализе туристических направлений внутреннего туризма и населения и определении стратегии его развития необходимо формировать общий поток внутреннего туризма непосредственно исходя из цели путешествия. Если целевой внутренний туризм будет формироваться за счет туристов с основной туристической целью, то его практическое значение возрастет. В этом потоке, в первую очередь, необходимо обратить внимание на тех, кто отправился в паломничество, с целью отдыха и досуга, оздоровления и укрепления здоровья, а также изучения исторической культуры. В настоящее время, а также и в перспективе целевой внутренний туризм служит прочной основой для формирования спроса и предложения на него в регионе, развития

транспортных и инфраструктурных объектов, подготовки научно-теоретических и практических предложений по стратегии и концепции развития. Исходя из исследованных выше определений, значения, целевого строения внутреннего туризма, имеет научное и практическое значение уточнение его основных задач. (1.-схема).



1. схема. Цели и задачи развития внутреннего туризма в регионе

Цели развития внутреннего туризма в регионе делятся на два направления.

1. важнейшей задачей является осуществление качественных изменений в социальной сфере и системе образования, направленных на повышение уровня и качества жизни населения.

2. Развитие индустрии туризма, в первую очередь, призвано удовлетворить нужды и потребности населения страны и регионов в туристских услугах, и направлено на поднятие человеческого капитала на более высокий уровень.

Наиболее актуальной и важной социальной задачей в регионах является обеспечение занятости быстро растущего населения. Внутренний туризм имеет ряд преимуществ в решении этой задачи. Это связано с тем, что в туризме относительно высокая производительность труда, а затраты на создание новых рабочих мест меньше. В свою очередь, новые рабочие места повысят доходы населения и сократят бедность.

В социальном направлении важнейшей и своеобразной задачей является обеспечение просвещения всех слоев населения, в первую очередь детей и молодежи, посредством внутреннего туризма. Следует отметить,



насколько важен паломнический туризм в воспитании подрастающего поколения, для того чтобы они могли самостоятельно делать выводы из истории, расти достойными сынами своих великих предков, пробуждать дух патриотизма, правильно разъяснять суть священной религии Ислам, расширять кругозор.

Уникальным положительным опытом, в сфере преобщения населения к местной культуре через паломнический туризм, служит опыт стран Юго-Восточной Азии (Япония, Южная Корея, Малайзия, Индонезия).

По словам Президента Узбекистана Шавката Мирзиёева: «В рамках программ развития внутреннего туризма особое внимание следует уделить организации поездок молодежи по нашей республике в период каникул».

Развитие внутреннего туризма создает уникальную почву для сохранения и укрепления национальных ценностей, обычаев, традиций гостеприимства. Создание благоприятной среды и условий для туристов требует развития городов и сел, жилищно-коммунального хозяйства, учреждений дошкольного образования, общеобразовательных школ, высших учебных заведений, учреждений здравоохранения, культуры и спорта. Необходима разработка конкретных мер по удовлетворению потребности в высококвалифицированных менеджерах, маркетологах и программистах, отвечающих мировым стандартам, направленных на подготовку, переподготовку и повышение квалификации национальных кадров по направлениям создания новых рабочих мест, поддержка частного предпринимательства в инфраструктуре туризма. Среди важных социальных направлений необходимо наметить разработку и реализацию в регионах специальных программ по сохранению и консервации памятников истории, их охране, охране природы на всех объектах туризма, соблюдение экологических требований.

В экономическом направлении среди относительно новых задач следует выделить следующие:

- в целях улучшения состава региональной экономики в обмен на относительно высокие темпы развития увеличить долю сферы услуг, в том числе туристической отрасли;
- быть примером использования передовых инноваций и цифровых технологий во внутреннем туризме;
- создание благоприятной деловой среды для развития внутреннего туризма как драйвера региональной экономики и усиления инвестиционной активности;
- создание благоприятных условий для развития промышленности, сельского хозяйства, строительства и сферы услуг на основе взаимосвязи с туризмом;
- поддержка предпринимательства в целях рационального использования туристских ресурсов и местного потенциала;



– эффективное использование имеющихся возможностей для формирования туристских зон и кластеров.

Согласно определению, данному Комитетом Государственной статистики Республики Узбекистан, «туристские ресурсы – это совокупность природно-климатических, оздоровительных, историко-культурных, образовательных и социально-бытовых объектов соответствующей территории». В официальных статистических данных преречислены следующие туристические ресурсы:

- Туристические фирмы и организации;
- Санатории и санаторно-курортные учреждения;
- Средства размещения;
- Туристические организации;
- Розничная торговля;
- Культурно-развлекательные учреждения;
- Физкультура и спорт;
- Человеческие ресурсы (подготовка кадров).

В законе Республике Узбекистан «О туризме» сами туристические ресурсы не указаны. По нашему мнению, туристские ресурсы состоят из природно-климатических, исторических, социокультурных и других объектов, которые призваны удовлетворять духовные потребности туристов, восстанавливать и укреплять их здоровье путем их показа. Туристские ресурсы или, как синоним, туристский потенциал включают в себя не только определенные объекты, но и некоторые реалии и события. В том числе религиозные праздники, спортивные и культурные мероприятия, национальные традиции и обычаи и т.д.

В соответствии с целевой сегментацией внутренний туризм можно разделить на различные формы и виды. Следует отметить, что основные различия между видами внутреннего и внешнего туризма заключаются в том, что потоки туризма различны по размеру и направлению. В ниже представленной схеме представлена система классификации внутреннего туризма, сформированная на основе мирового опыта и опыта нашей республики. (2-схема)



2-схема. Система классификации рынка внутреннего туризма Узбекистана

По официальной информации (Закон Республики Узбекистан «О туризме»), туризм является культурно-историческим, паломническим, экологическим, познавательным, этнографическим, гастрономическим, деловым, социальным, может быть разделен на спортивный, лечебный, молодежный туризм, агротуризм и другие виды туризма.

В качестве важных туристических направлений является изучение богатой и уникальной природы нашей страны. Одной из важных целей географического туризма является организация поездок всех слоев населения, и особенно молодежи, на лоно природы, к бесценным рекреационным памятникам заповедников. «Наша молодежь – это шедевры нашей природы. Необходимо организовать поездки в Чаткальский, Зааминский, Сурханский, Нуротинский, Кызылкумский заповедники».

Огромное значение в развитии регионов, в том числе и сельской местности имеет сельский туризм как особый вид внутреннего туризма. Сельский туризм в узком смысле – это агротуризм, т.е. спортивные соревнования, отдых и культурно-рекреационные мероприятия, организуемые с целью создания благоприятных социальных условий в сельской местности. В широком смысле это означает формирование туристического кластера, включающего в себя уникальный дорожно-транспортный, торгово-сервисный, народно-промысловый и национально-культурный комплексы на базе имеющегося природно-рекреационного потенциала в сельской местности. Следует отметить, что в последние годы жители больших городов выезжают в горные и предгорные зоны отдыха,



где проводят время в домах отдыха, коттеджах и дачах, построенных своими руками. В условиях пандемии COVID-19 стремительно увеличились масштабы сельского туризма, что свидетельствует о том, что развитие этого вида внутреннего туризма является одним из приоритетных направлений.

Важным фактором дифференциации иностранного и внутреннего туризма является осуществление туристических поездок в официальной и неофициальной форме. Следует отметить, что внутренний туризм отличается высоким уровнем неформальности. Основная проблема заключается в том, что официальная информационная база по внутреннему туризму в целом, включая неофициальные поездки, полностью сформирована. Имеется лишь опыт определения потока и масштабов неформальных туристических поездок в том или ином регионе с помощью специально подготовленных анкет.

По результатам обследования использования рекреационно-туристского потенциала Ташкентской области, масштаб неформального туристского потока составляет 70,0 процента. По данным Международной туристской организации видно, что неофициальная часть внутренних туристических поездок составляет в разных странах порядка 50–90%. Вышеуказанные цифры показывают, что роль неформального внутреннего туризма относительно высока, и в первую очередь необходимо сформировать четкую базу данных о его реальном уровне и направлениях. В целях сокращения количества неофициальных поездок, следующим шагом должно стать создание необходимых комфортных условий для отдыхающих, в первую очередь развитие существующей транспортной инфраструктуры, расширение спектра и качества оказываемых услуг. Одной из уникальных форм внутреннего туризма является формирование спроса населения на путешествия по социальным слоям. По мнению международных организаций, большинства ученых и экспертов, спрос на туризм в целом в основном связан со средним классом. Они осуществляют внутренние и зарубежные туристические поездки за счет собственных средств.

Однако, привлечение других слоев населения к туризму не связано напрямую с их средствами. Культура и просвещение, являющиеся приоритетными направлениями государства, изучение истории страны, широкое использование всех финансовых ресурсов в организации системы образования, использование различных механизмов стимулирования соответствуют поставленной цели. Широкое привлечение малообеспеченных семей, ценностей, детей, школьников и студентов к паломническому, географическому, культурно-познавательному, историческому туризму должно быть организовано непосредственно государством путем создания благоприятных условий. Здесь следует отметить, что в странах



Юго-Восточной Азии, включая Японию и Республику Корея, младшие детсадовцы, студенты и пожилые люди широко привлекаются к обслуживанию внутреннего туризма. Главная цель – изучить историю страны для всех жителей, познакомить их с памятниками старины, вспомнить великих предков, поднять на более высокий уровень дух любви к стране. Привлечение молодежи к паломническому туризму – это способ вспомнить дух предков, святых, расширить свое мировоззрение и приумножить свои знания. Широкий охват всех слоев населения видами и формами внутреннего туризма резко отличается от внешнего туризма тем, что их поток находится на высоком уровне.

Другой формой внутреннего туризма является организация его по разным направлениям (групповой, частный, семейный, женский, мужской и др.). Среди поездок в этом направлении Узбекистан резко отличается от других развитых стран организацией семейного отдыха. Среди духовных ценностей семья является маленьким сакральным центром в лоне государства, территории, соседства и общины. В нашей стране семья считается общностью, в которой формируются культурно-духовные, воспитательные, эстетические, правовые, политические и экономические отношения. Семейный отдых имеет свой характер и психологическое значение, что является гарантией не только восстановления здоровья, но и сплочения и укрепления семьи. Сейчас и в будущем, есть все возможности и потенциал для развития семейного туризма в больших масштабах.

Основное воздействие туризма на макро-, региональном и микроуровне заключается в том, что он занимает важное место в формировании доходов от них. Они определяются валовым внутренним продуктом, показателями прибыли. Определить положение иностранного и внутреннего туризма в отдельных странах можно через формирование доходов.

По данным Всемирной туристской организации UNWTO, в 2019 году основная доля доходов от туризма пришлась на внутренний туризм в Японии – 94,0 %, Китае – 94,0 %, Бразилии – 95,0 %, Мексике – 88,0 %, Великобритании и США – 81,0, в Австралии – 73,0 процента, в Италии – 71,0 процента, во Франции – 70,0 процента. Приведенные выше цифры показывают, насколько внутренний туризм имеет преимущество перед международным туризмом. Можно заметить, что только 25–30 процентов основного туристического потока в мире приходится на международный иностранный туризм.

Если сравнить соотношение внутреннего и внешнего туризма по доходам, то можно увидеть следующее. Это соотношение (внешний и внутренний туризм), рассчитанное на основе данных UNWTO, составляет в США – 1:4; В Китае – 1:8; в Японии – 1:8; в Великобритании – 1:4;



во Франции – 1:3; в Бразилии – 1:15; в Италии – 1:3; в Мексике – 1:9; в Австралии – 1:4; в Германии – 1:8; в Республике Корея – 1:8; Таиланд – 1:8. В соответствии с рекомендациями ученых и специалистов Всемирной туристской организации, оптимальным является соотношение между внешним и внутренним туризмом – 1:4.

Рассчитать соотношение внешнего и внутреннего туризма в Узбекистане не представляется возможным из-за отсутствия официальных статистических данных по доходам. Если это соотношение можно определить косвенно через туристический поток, т.е. количество туристов, то согласно ему, соотношение между внешним и внутренним туризмом составляло 4:1 в 2015 году, 7:1 в 2019 году и 4,5:1 в 2020 году. Иными словами, можно увидеть обратную ситуацию по сравнению с развитыми туристическими странами и оптимальным соотношением, предложенным UNWTO. Таким образом, роль и значение внутреннего туризма в Узбекистане относительно невелики и не соответствуют существующим возможностям и потребностям. Поэтому, наряду с внешним туризмом, очень важно развивать высокими темпами внутренний туризм и рассматривать его как новый фактор экономического роста в стране и создавать благоприятные условия.

Выводы и предложения:

Обобщая выше приведенные взгляды, с методологической точки зрения можно отметить следующую специфику внутреннего туризма, его цели и задачи, виды и формы классификации, факторы дифференциации внутреннего туризма и внешнего туризма:

- размещение услуг внутреннего туризма и потенциала в пределах отдельных регионов (область, район, город, село, микрорайон);
- его непосредственная связь с внутренним туризмом и устойчивым социально-экономическим развитием регионов, формирование цепной системы, связывающей все отрасли и сферы экономики между туристско-сырьевым потенциалом и туристскими продуктами (услугами);
- определение и обоснование культурно-просветительских, воспитательных и местных ценностей как основных задач внутреннего туризма;
- высокий спрос на услуги внутреннего туризма в паломническом, культурно-историческом, географическом направлениях;
- резкое увеличение спроса на отдых на природе и сельский туризм в условиях пандемии COVID-19 и роста доходов населения, побуждающее горожан активно путешествовать в горные и предгорные, экологически чистые районы за счет преимуществ природы и климата, сделали внутренний туризм приоритетным направлением;
- относительно высокая доля неформальных поездок в формировании и развитии внутреннего туризма, сохранение тенденции быстрого роста стремления населения к путешествиям и отдыху в будущем;



– социальное расслоение населения служит ключевым фактором развития внутреннего туризма, государство поддерживает привлечение малообеспеченных семей, воспитанников детских садов, старшеклассников, учащихся колледжей и лицеев, студентов, пожилых людей к туристскому обслуживанию;

– приоритетность организации внутреннего туризма на уровне семей и микрорайонов, направленного на укрепление и защиту наших национальных ценностей;

– признание того, что спрос на туризм, формирующийся на основе ежегодных сезонных изменений, мало влияет на организацию внутреннего туризма;

– объективно более высокий спрос на внутренний туризм и объем путешественников по сравнению с внешним туризмом.

Наиболее важными и приоритетными задачами являются углубленный анализ отмеченных особенностей внутреннего туризма, изучение спроса и предложения, научное обоснование перспективных параметров, в свою очередь, реформирование методологии статистики внутреннего туризма и ее адаптация к мировым стандартам. В настоящее время, в среднесрочной и долгосрочной перспективе имеются все условия и возможности для того, чтобы внутренний туризм оставался специфическим драйвером и стратегическим направлением регионального развития. В регионах, как и в производстве, есть все условия и возможности для того, чтобы внутренний туризм стал уникальным драйвером и стратегическим направлением устойчивого развития как единой системы, связывающей все отрасли экономики. Очень актуально и важно обеспечить устойчивое развитие внутреннего туризма как единой системы, связывающей все отрасли экономики, как и в производстве. Внутренний туризм целесообразно рассматривать как важный источник обеспечения занятости населения, что является важнейшей социальной задачей, повышением доходов населения, укреплением местного бюджета.

Список использованной литературы

1. 2021-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. Тошкент, 2022 й, 28 январь, ПФ-60 сон.

2. Ўзбекистон Республикасини “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Тошкент, 2019 йил, 18 июль, 5-модда, 2 б.

3. Ўзбекистонда туризм. Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси. Тошкент. 2020,-14б.

4. Ўзбекистон Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Ёшлар кўнига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси. Тошкент, 2021йил, 1 июнь. Халқ сўзи газетаси.



5. Янги сайланган Ўзбекистон Республикаси президенти Шавкат Мирзиёевнинг лавозимида киришиш тантанали маросимга бағишланган Олий Мажлис палаталари қўшма мажлисидаги нутқи. Тошкент, 2021 йил, 6 ноябрь. (Халқ сўзи газетаси 2021 йил 7 ноябрь, № 238сон).

6. Bae, S. Y., & Chang, P.-J. (2021). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1017–1035. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>

7. Алимова Г.А. Минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришда рекреацион-туристик салоҳиятдан самарали фойдаланиш (Тошкент вилояти мисолида) иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертация автореферати. Тошкент, 2019,-206.