

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ НАПРАВЛЕННЫЕ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Студентка: **Искандарова Дилнорахон Бобировна**

Самаркандский институт экономики и сервиса

Научный руководитель: **Каримова А.М.**

Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация: Туризм является одним из приоритетных направлений развития экономики и культуры республики. Сегодня со стороны государства туризму уделяется огромное внимание, но несмотря на это в сфере существует множество не решенных проблем. В данной статье рассмотрены основные направления государственной политики в сфере туризма, а также даны предложения внедрение которых позволит наиболее эффективно использовать имеющийся потенциал страны.

Ключевые слова: экономика, туризм, частным бизнес, туристская деятельность, туристские ресурсы, маркетинг, турбизнес, турпродукт

Abstract: Tourism is one of the priority directions of development of the economy and culture of the republic. Today, the state pays great attention to tourism, but despite this there are many unsolved problems in the field. This article discusses the main directions of state policy in the sphere of tourism, as well as offers that are introduced, the introduction of which will make it possible to most effectively use the existing potential of the country.

Keywords: economy, tourism, private business, tourist activity, tourist resources, marketing, tourist industry, tourist product

Введение. Сегодня одним из важных условий экономического развития, является обеспечение нормального функционирования территориальных экономических систем, за счет использования имеющихся потенциальных возможностей, а также поиска новых резервов роста экономики.

Туризм является одним из приоритетных направлений развития экономики и культуры республики. Узбекистан – является яркой и воодушевленной страной Востока. Наличие в Республике древних достопримечательностей, мечетей, мавзолеев, медресе, а также множество нетронутых уголков природы, лечебных центров, множество ресурсов позволяют развивать многие виды туризма.

Основная часть. Ныне в стране уделяется особое внимание модернизации индустрии туризма, разработке и совершенствованию нормативно-правовой базы для устойчивого развития отрасли, а так же организации обслуживания зарубежных гостей в соответствии с международными стандартами.



Рис 1. Основные направления государственной политики в сфере туризма

В настоящее время сфере туризма со стороны государства уделяется большое внимание, в январе текущего года были приняты важные для сферы туризма нормативные акты: Указ Президента Республики Узбекистан №УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан»¹ а так же Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-4095 «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли»². В данных нормативных актах определены основные стратегические направления развития сферы туризма. В частности, Указом Президента Республики Узбекистан № УП-5611 утверждена Концепция развития сферы туризма в период до 2025 года³ с ежегодным принятием плана конкретных мероприятий по реализации Концепции.

Но не смотря на принятие ряда нормативных актов, на сегодняшний день в стране существуют ряды проблем, препятствующие развитию сферы туризма, таких как:

- малочисленность стран с упрощенным визовым режимом;
- отсутствие и не профессиональное оказания качественных туристских услуг в гостиницах, транспортных услуг, услуги на объектах питания и тд;
- нехватка гостиничных комплексов, а также гостиниц с международным классом обслуживания;
- неразвитость и плохое состояние сетей санитарно-гигиенических узлов;
- неразвитость и плохое обслуживание операторов, а также отсутствие мобильной сети и интернета за пределами города;

¹ Указ Президента Республики Узбекистан №УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан» от 5.01. 2019 года

² Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-4095 «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли» от 05.01.2019 года

³ Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5611 «Концепция развития сферы туризма в период до 2025 года»

- отсутствие маркетинговой компании занимающийся изучением данной сферы туризма;
- **отсутствие развития (совершенствования) современной инфраструктуры гостеприимства с привлечением международных сетей;**
- нехватка профессионально-квалифицированных кадров в сфере туризма.

Решение этих проблем на основе развития государственного регулирования и поддержки деятельности сферы туризма позволит наиболее эффективно использовать имеющийся туристский потенциал страны.

Заключение и предложения. Таким образом, проведенный нами анализ показал, что большинство организаций, осуществляющих свою деятельность в сфере туризма, являются субъектами малого предпринимательства, соответственно сфера не позволяет им осуществлять глубокие маркетинговые исследования, на основе которых можно было бы разрабатывать и продвигать конкурентоспособный туристический продукт. Исходя из этого, требуется усиление регулирующей и поддерживающей роли государственных структур всех уровней, государственно-частное партнерство в целях совместного проведения маркетинговых мероприятий.

Создание маркетинговой компании занимающийся маркетинговыми исследованиями сферы туризма приведет к решению вышесказанных проблем, то есть появится возможность позволяющая удовлетворить потребности туристов, обеспечить пополнение бюджетов всех уровней, привлечь иностранную валюту в регион, решить социально-экономические проблемы, повысить уровень занятости населения.

По нашему мнению основная деятельность маркетинговой компания должна заключаться в проведении следующих мероприятий:

- опросе туристов (выявление пожеланий к качеству оказанных услуг, цене, потребностей);

- выявление проблем с которыми сталкиваются туристы при прибытии в страну;
- предпочтения и интересы туристов в стране;
- определение важнейших тенденций в сфере туризма в стране;
- опрос и анкетирование субъектов деятельности сферы туризма;
- выявление проблем с которыми сталкиваются субъекты деятельности сферы туризма;
- решение проблем с которыми сталкиваются субъекты занимающиеся туристической деятельностью;
- созданием интернет-маркетинга (исследование рынка через опрос туристов в виде он-лайн режима, реализацией турпродуктов);
- проведением мастер классов по подготовке квалифицированных кадров, по ведению успешной работы тур фирмам.

Данные мероприятия должны выполняться совместно. Опрос потенциальных туристов на направляющих рынках за рубежом, анализ предложений конкурентов, выявление направляющих рынков сопряжен в первых случаях с большими финансовыми затратами, в последнем - с недоступностью информации, поэтому данные функции должны выполняться за счет бюджетных средств и с участием представителей органов власти.

Маркетинговая деятельность должна осуществляться на уровнях региональных и центральных органов управления туризмом, турбизнеса и общественных организаций, которые должны действовать на основе норм, установленных государственными органами республики. Деятельность всех структур должна координироваться Агентством по туризму «Узбектуризм» Республики Узбекистан.

Реализация предложенной формы государственно-частного партнерства будет способствовать развитию организаций сферы туризма, активизации внедрения новых конкурентоспособных турпродуктов, повышению эффективности их деятельности, созданию дополнительных рабочих мест,

стимулированию образования новых организаций, увеличению налоговых поступлений, росту благосостояния населения.

Литература:

1. Канатбаев С., Каримова А. ФАКТОРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РОСТУ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ БАНКОВ УЗБЕКИСТАНА //Multidisciplinary Journal of Science and Technology. – 2025. – Т. 5. – №. 4. – С. 647-650.
2. Niyozov Zuhur Davronovich. (2022). INCREASE THE EFFECTIVENESS OF USING A VEIN. World Economics and Finance Bulletin, 7, 23-26.
3. Mustafoevich T. F. OPPORTUNITIES FOR REMOTE BANKING SERVICES TO GROW IN REPUBLIC OF UZBEKISTAN'S COMMERCIAL BANKS //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2023. – Т. 11. – №. 11. – С. 4-7.
4. Zuhur N. et al. Transition of higher education institutions of Uzbekistan to a credit-modular system //ResearchJet Journal of Analysis and Inventions. – 2022. – Т. 3. – №. 1. – С. 123-127.
5. Usmanov D. A. et al. THE ESSENCE OF COMMERCIAL BANKS AND THEIR MAIN FUNCTIONS //SCHOLAR. – 2023. – Т. 1. – №. 2. – С. 68-73.
6. Tursunov F. M. et al. O 'ZBEKISTON RESPUBLIKASI BANK TIZIMI: ISLOHOTLAR VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI //SCHOLAR. – 2023. – Т. 1. – №. 34. – С. 4-9.
7. Каримова А. Методологические основы банковского кредитования и классификация факторов, влияющих на особенности получения кредитов //YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT. – 2023. – Т. 1. – №. 11-12.
8. Указ Президента Республики Узбекистан №УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан» от 5.01. 2019 года
9. Закон «О туризме» Республики Узбекистан. От 20 августа 1999 г. Каримова А. М. и др. ЗНАЧИМОСТЬ КРЕДИТНОЙ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ

МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ИЗУЧЕНИЕ ПЕРЕДОВОГО ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА //Multidisciplinary Journal of Science and Technology. – 2025. – Т. 5. – №. 4. – С. 165-169.

10. Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-4095 «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли» от 05.01.2019 года

11. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5611 «Концепция развития сферы туризма в период до 2025 года»