

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ MICE-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Нарзуллаева Фариза Акмалевна

*Преподаватель Ташкентского государственного
университета востоковедения*

Аннотация: В статье рассматриваются экономические и институциональные факторы развития MICE (бизнес)-туризма в Республике Узбекистан в условиях трансформации национальной экономики и активной интеграции страны в международные экономические процессы. Раскрывается сущность MICE-туризма как высокодоходного сегмента туристской индустрии, обладающего значительным мультипликативным эффектом и оказывающего влияние на развитие региональной экономики и сопутствующих отраслей. Особое внимание уделяется инвестиционным аспектам, состоянию туристской и деловой инфраструктуры, а также роли институциональной среды в формировании устойчивой модели развития данного вида туризма. Проанализированы основные экономические ограничения, сдерживающие развитие MICE-туризма в Узбекистане, и выявлены потенциальные возможности его расширения с учётом геоэкономических преимуществ страны и растущего интереса международных организаций к региону Центральной Азии.

Ключевые слова: MICE-туризм; бизнес-туризм; экономические факторы; институциональные условия; инвестиции; туристская инфраструктура; государственно-частное партнёрство; региональное развитие; Республика Узбекистан.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях трансформации национальной экономики и активной интеграции Республики Узбекистан в международные экономические процессы особую значимость приобретает развитие высокодоходных и мультипликативных видов туризма. Одним из таких направлений является MICE (бизнес)-туризм, включающий деловые встречи, инсентив-мероприятия, конференции и выставки. Данный сегмент туристской индустрии оказывает существенное влияние на экономическую активность регионов, стимулируя развитие сопутствующих отраслей и формируя устойчивый спрос на инфраструктурные и сервисные услуги.

Несмотря на наличие значительного потенциала, развитие MICE (бизнес)-туризма в Узбекистане сталкивается с рядом экономических и институциональных ограничений, требующих комплексного научного осмысления. В этой связи целью настоящей статьи является анализ ключевых экономических факторов и институциональных условий, определяющих современное состояние и перспективы развития MICE-туризма в стране.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ MICE-ТУРИЗМА. В экономической литературе MICE (бизнес)-туризм рассматривается как самостоятельный сегмент делового туризма, характеризующийся высокой добавленной стоимостью и значительным мультипликативным эффектом. Экономические факторы его развития включают уровень инвестиционной активности, состояние туристской и деловой инфраструктуры, платежеспособный спрос, а также степень диверсификации региональной экономики.

Особое значение имеет инвестиционный фактор, поскольку развитие MICE (бизнес)-индустрии требует значительных капитальных вложений в строительство конгресс-центров, выставочных комплексов, гостиниц бизнес-класса и транспортной инфраструктуры. В то же время экономическая эффективность таких инвестиций проявляется не только в прямых доходах от проведения мероприятий, но и в косвенных эффектах, связанных с ростом

занятости, увеличением налоговых поступлений и развитием малого и среднего бизнеса.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ MICE-ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ. Институциональная среда играет ключевую роль в формировании устойчивой модели развития MICE-туризма. В Узбекистане за последние годы были реализованы меры, направленные на либерализацию туристской отрасли, совершенствование нормативно-правовой базы и повышение инвестиционной привлекательности страны. Деятельность профильных государственных органов, а также реализация государственных программ в сфере туризма создают основу для институциональной поддержки MICE-сегмента.

Вместе с тем, сохраняется необходимость дальнейшего совершенствования механизмов координации между государственными структурами и частным сектором, а также развития институтов государственно-частного партнёрства. Недостаточная интеграция региональных инициатив и ограниченная специализация территорий в сфере MICE-туризма сдерживают формирование целостной национальной модели развития данной индустрии.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ MICE-ТУРИЗМА. К числу основных экономических ограничений развития MICE-туризма в Узбекистане относятся неравномерное территориальное распределение инфраструктуры, дефицит квалифицированных кадров и ограниченная диверсификация форматов мероприятий. Эти факторы снижают конкурентоспособность страны на международном рынке MICE-услуг.

Одновременно с этим, Узбекистан обладает значительными возможностями для расширения данного сегмента, обусловленными выгодным геоэкономическим положением, наличием культурно-исторического наследия и растущим интересом международных организаций к проведению мероприятий в странах Центральной Азии. Реализация

комплексного подхода, сочетающего экономические стимулы, институциональные реформы и региональную специализацию, может способствовать повышению эффективности развития МІСЕ-туризма и укреплению его вклада в национальную экономику.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что развитие МІСЕ-туризма в Узбекистане определяется совокупностью экономических факторов и институциональных условий, требующих системного совершенствования. Формирование благоприятной инвестиционной среды, развитие инфраструктуры и укрепление механизмов взаимодействия государства и бизнеса являются ключевыми направлениями повышения эффективности данной отрасли.

Результаты исследования могут быть использованы при разработке стратегических программ развития туризма, а также в научных исследованиях, посвящённых вопросам совершенствования организационно-экономического механизма развития МІСЕ-туризма в национальных условиях.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Horner S., Swarbrooke J. (2004). International Cases in Tourism Management. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
2. Middleton V., Clarke J. (2001). Marketing in Travel and Tourism (3rd ed.). Elsevier Butterworth-Heinemann, Great Britain.
3. Crompton, J.L., Lee, S., & Shuster, T. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Festival. Journal of Travel Research, 40(1), 79–87.
4. Farhodova R. B. K., Mulladjanova Kh. Ya. (2024). Анализ индустрии гостеприимства и туризма в Узбекистане. International Journal of Recently Scientific Researcher's Theory, 2(5), 109–116.
5. Jones C., Munday M. (2007). Exploring the Environmental Consequences of Tourism: A Satellite Account Approach. Journal of Travel Research, 46, 164.
6. ResearchGate. Analysis of the Interaction of MICE Tourism Development

Factors: The Case of Astana City in Kazakhstan. URL: <https://www.researchgate.net/>

7. Александр Т., Ирина Т. Туризм. Введение в туризм. — М.: КНОРУС, 2013. — 320 с. — ISBN 978-5-9596-0862-0.

8. Kryazhev M. Business travel // Business Travel Magazine. — 2017. — — URL: http://bt-magazine.ru/journal_article/519.html (датаобращения: 28.03.2019).

9. Martín-Rojo I., Gaspar-González A. I. The impact of social changes on MICE tourism management in the age of digitalization: a bibliometric review // Review of Managerial Science. — 2024. — С. 1–24.

10. Самостроенко Г. М., Чимитдоржиева О. Г. Зарубежный опыт организации делового туризма // Управление общественными и экономическими системами. — 2008. — №2.

11. Соколова М.В. История туризма. — М.: Мастерство, 2002.

12. Аллен Дж. Скотт. Культурная экономика в городах // Логос. — 2002. — №3. — URL: <http://www.ruthenia.ru/logos/number/34/20.pdf>