

Государственная поддержка развития туристического и гостиничного бизнеса

В современных условиях развития мировой экономики туризм становится одной из ведущих и динамично развивающихся отраслей. Согласно данным ЮНВТО туризм занимает четвертое место в мировом экспорте товаров и услуг (7,4%). По доходности данная отрасль занимает третье место в мире после нефтедобывающей промышленности и автомобилестроения [2].

Данные Всемирной туристской организации при ООН показывают, что туристы предпочитают путешествовать в пределах ближайших стран, так 80% туристских прибытий в мире осуществляются в пределах одного региона. Большинство прибытий (53%) были совершены с целью отдыха, около 15% из них были бизнес поездками, 27% - для иных целей, в том числе в целях визита к родственникам и друзьям, паломничества, для лечения, укрепления здоровья и др.

При организации туристских поездок значение воздушного сообщения (52%), а также наземных видов транспорта (40%) возрастает с каждым днём и становится неотъемлемым и весомым аспектом развития туризма [3].

В последние годы в Республике Узбекистан отрасли туризма уделяется большое внимание, т.к. республика имеет огромный туристический потенциал, природные ресурсы для развития туризма.

Например, можем отметить основные позитивные для Узбекистана тенденции развития международного туризма [1]:

- многие страны Ближнего Востока теряют статус привлекательных туристских направлений в результате роста политической нестабильности в регионе;
- рост туристских поездок совершаемых жителями стран с неустойчивой политической обстановкой создает возможность для усиления конкурентоспособности узбекского турпродукта на внутреннем и международном туристских рынках;
- в мире растет интерес к экотуризму и культурно-познавательному туризму, что делает Узбекистан наиболее привлекательным туристским направлением для иностранных туристов.

Кроме положительных тенденций существуют также и отрицательные моменты, для устранения которых Государственным комитетом РУЗ по развитию туризма приняты программы и концепции развития туризма.

Негативные для Узбекистана тенденции в развитии международного туризма [1]:

- высокие цены на авиаперевозки, низкое покрытие потенциальных рынков отечественными и международными авиалиниями;
- слабое развитие транспортной, социальной и инженерной инфраструктуры в местах туризма, труднодоступность, невысокий уровень

сервиса в местах отдыха туристов, неразвитость объектов придорожной инфраструктуры;

- недостаток квалифицированных кадров в сфере туризма, а также отдаленность образовательных программ от требований рынка труда, потребностей производства, ожиданий работодателей и т.д.;

- недостаточная степень нормативного регулирования сферы туризма и гостиничного бизнеса, в частности, отсутствия стандартов, применяемых к определенным типам мест размещения, отсутствие правил регулирования социального туризма, применяемого в отношении работников и работодателей, отсутствие мер налогового стимулирования туристской отрасли;

- на данный момент Узбекистан неизвестен в качестве туристического направления для большинства туристов из-за отсутствия агрессивной многоцелевой PR стратегии страны;

Анализ основных экономических показателей развития туризма показал, что потенциал узбекского туризма не реализуется полностью, так как развитие туризма напрямую зависит от формирования современного конкурентоспособного туристского комплекса с необходимой инфраструктурой транспортно-логистической системы. Существует необходимость произвести реконструкцию пунктов пропуска через Государственную границу Республики Узбекистан (авиационных, автомобильных, железнодорожных) и усовершенствовать процесс пересечения границы, сделав его соответствующим потребностям иностранных граждан в туристских услугах.

Создание туристского комплекса также внесет весомый вклад в развитие экономики страны за счет притока иностранной валюты, налоговых поступлений в бюджет, роста числа рабочих мест, а также способствует сохранению и рациональному использованию культурного и природного наследия Узбекистана.

Одним из важнейших условий устойчивого развития туризма является – государственная поддержка. При изучении международного опыта было выявлено, что страны, где государство ведёт активную политику по созданию условий для развития туристской инфраструктуры, привлечению частных инвесторов, созданию благоприятных экономических условий, подкреплённых законодательством, для деятельности субъектов туристской индустрии направляют значительные бюджетные средства на реализацию национальных проектов и программ. Однако, стоит заметить, что доходы от туризма, как прямые так и косвенные, довольно быстро окупают затраты на его развитие, что делает туристскую индустрию одним из наиболее важных двигателей социально-экономического развития страны.

По итогам анализа стран, определивших туризм как приоритетное направление экономики, было выявлено ряд эффективных мер государственной поддержки туристской деятельности [1]:

- 1) *прямая политическая поддержка со стороны руководства страны для совмещения конфликтующих приоритетов.*

Королевство Марокко. Правительство Марокко разработало стратегию развития туризма «Видение-2020». Существенным элементом данной стратегии являлся план по строительству шести новых прибрежных курортных зон (План Азур).

Для реализации данного Плана в 2017 году было принято решение по созданию нового оператора по инвестированию в инфраструктуру туризма - Société Marocaine d'Ingénierie Touristique - SMIT (Марокканское общество инжиниринга в туризме) на базе нескольких государственных предприятий. SMIT реализует следующие задачи: выделение земельных участков для строительства новых прибрежных курортных зон; разработка мастер-планов и ТЭО для застройки данных зон, покупка и продажа земельных участков, строительство инфраструктуры и привлечение частных инвесторов. Также, при реализации стратегии «Видение-2020» огромное значение для развития туристской отрасли страны имела либерализация воздушного сообщения в рамках двустороннего договора 2016 года об открытом воздушном пространстве с ЕС.

Либерализация воздушного сообщения заключалась, преимущественно, в наделении правом посадки авиаперевозчиков новых авиалиний и европейских низкобюджетных авиаперевозчиков; создании новых национальных низкобюджетных авиаперевозчиков Atlas Blue и Jet4You и новых авиамаршрутов. Данные меры привели к существенному снижению цен на авиабилеты и общему увеличению международного потока пассажиров (туристов). Данный опыт Королевства Марокко по либерализации воздушных перевозок намерены внедрить в Республике Узбекистан. Это приведет к снижению себестоимости авиаперевозок и развитию олигополистической конкуренции в авиасообщениях республики.

Малайзия. С 90-х годов туризм занимает заметное место в пятилетних экономических планах развития Малайзии. В рамках этих планов была сформирована стратегия для развития сельского, экологического, круизного и других видов туризма путем предоставления налоговых льгот (освобождение от налога на прибыль или льготы при реинвестировании в расширение и модернизацию гостиниц и других туристских объектов; полное освобождение от импортных пошлин);

2) прямое финансовое участие государства в развитии крупных курортных зон посредством создания специализированных агентств, фондов и операторов.

Мексиканские Соединенные Штаты. В 70-е годы Правительством был создан Национальный фонд развития туризма – FONATUR на базе слияния двух фондов INFRATUR (Фонд по развитию инфраструктуры туризма) и FOGATUR (Фонд гарантирования и продвижения туризма). Основной задачей FONATUR являлось развитие «с нуля» пяти крупнейших прибрежных курортных зон – Канкун, Инкара, Лос-Кабос, Хаутулько и Лорето. В целях развития данных курортов, FONATUR взял на себя руководящую роль не только в вопросах привлечения заемных средств и частных инвесторов, градостроительного и регионального планирования, но и в вопросах

земельной собственности и рынка недвижимости. В настоящее время с учетом уже полученных результатов FONATUR принял на себя второстепенную роль в процессе развития курортов и основное усилие направил на развитие государственно-частного партнерства;

3) финансовые льготы и механизмы поддержки инвестирования в туристские объекты.

Турецкая Республика. В 80-х годах был принят Закон «О поддержке туризма», в рамках которого предоставлялся ряд налоговых льгот в отношении определенных видов налогов, сборов и пошлин, а также в отношении долгосрочных кредитов. Кроме того, государственные земли предоставлялись частным инвесторам в долгосрочную аренду на срок до 49 лет, при этом инвесторы были вправе использовать землю по своему усмотрению – застроить или продать земельные участки третьим лицам без согласования с государственными органами;

4) государственная инициатива с планомерным выходом на государственно-частное партнерство по мере роста индустрии.

Арабская Республика Египет. В 70-е годы был принят Закон об учреждении свободных экономических зон и разрешении создания совместных предприятий государственными компаниями и иностранными инвесторами, в рамках которого иностранные инвесторы получили право вкладывать инвестиции в качестве младшего партнера совместных предприятий, были освобождены от выплаты налогов на срок до пятнадцати лет, а также получили гарантии со стороны государства в отношении прав собственности на земельные участки.

Иностранные инвесторы также получили гарантии государства в отношении капитала, получив право, также как местные компании с иностранным участием вывозить полученные доходы за границу;

5) прямое государственное финансирование создания инженерно-коммуникационной, транспортной и «мягкой» инфраструктуры туризма (обеспечение квалифицированными кадровыми ресурсами, информационное обеспечение), а также создание наиболее значимых проектов в туристской индустрии.

Объединенные Арабские Эмираты. В 2006 году была создана компания по развитию и инвестициям в туризме. Правительство Объединенных Арабских Эмиратов выделило в виде грантов около 3 млрд. долл. США, на основе чего компания привлекла значительные заемные средства за рубежом. Основным проектом является строительство искусственного острова Саадият.

Турецкая Республика. В 70-е годы Правительство Турецкой Республики разработало региональные планы проектов развития туризма и инициировало проекты развития инфраструктуры для индустрии.

Зарубежный опыт государственной поддержки отрасли туризма и гостиничного бизнеса целесообразно применять в Республике Узбекистан. Так, международный опыт показывает, что активная роль исполнительной власти в инфраструктурном обеспечении развития туризма является одним из значительных факторов успеха. Все эти примеры можно назвать успешными,

как с точки зрения мощного импульса для развития туристской отрасли в стране, так и с учетом возврата государственных инвестиций.

Единство целей и задач развития страны позволит успешно реализовывать программно-целевые инструменты для роста культурного уровня, духовного потенциала и благосостояния страны и каждого ее гражданина.

Мы предлагаем следующие мероприятия для поддержки развития туристического и гостиничного бизнеса:

- формирование доступной и комфортной туристской среды;
- повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта Узбекистана на внутреннем и мировом рынках;
- реализация и усиление социальной роли туризма, в том числе развитие социального, лечебно-оздоровительного, детского, юношеского и молодежного туризма;
- совершенствование системы управления и статистического учета в сфере туризма;
- обеспечение роста экономики и качества жизни населения регионов Узбекистана за счет развития туризма;
- комплексное обеспечение безопасности в сфере туризма и устойчивого развития сферы туристских услуг;
- продвижение туристского продукта Узбекистана;

Исходя из вышеперечисленного, мы считаем, что приоритетными направлениями развития туризма в Узбекистане являются:

- развитие внутреннего и въездного туризма;
- продвижение и поддержка бизнеса в сфере туризма;
- развитие паломнического туризма;
- унификация качества туристских услуг в стране, приведение их в соответствие с международными стандартами;
- создание и развитие комфортной информационной туристской среды, включая систему туристской навигации, знаки ориентирования, информацию о туристских ресурсах и программах регионов;
- усиление роли туризма в просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения регионов Узбекистана;
- регионально-кластерный подход по продвижению туристского продукта Узбекистана.

Основными показателями достижения цели развития туризма в Узбекистане являются:

- привлечение большего количества иностранных туристов;
- увеличение спроса на отечественный туристский продукт со стороны узбекистанцев, в том числе за счет переориентации части потребительского спроса с выездных туристских направлений на внутренние;
- увеличение количества бизнес-туристов, международных конференций, форумов и встреч, т.е. развитие MICE туризма;

- увеличение количества повторных поездок, расширение набора потребляемых туристами услуг и удлинение периода пребывания туристов на отечественных курортах;

- развитие социального туризма.

Принципами развития туризма в Узбекистане являются [1]:

- использование комплексного подхода к развитию туризма;
- интеграция планов развития туризма во все сферы народного хозяйства и социальной жизни общества (образование, здравоохранение, социальное обеспечение, культура, искусство, наука, промышленность, сфера услуг);
- инновационный характер развития туризма;
- стимулирование предпринимательских инициатив участников туристского бизнеса, создание условий для роста количества малых предприятий;
- обеспечение межкультурной коммуникации и международного сотрудничества при организации туристских программ;
- сбалансированность интересов всех участников процесса развития туризма (потребители, бизнес, некоммерческие организации, органы государственного управления, местные жители);
- ориентация на показатели качества жизни населения при оценке влияния туризма на социально-экономическое развитие регионов;
- устойчивость развития туризма, учет экологических и социокультурных рисков, ориентация на неистощимое использование туристских ресурсов.

Для комплексной реализации мероприятий по поддержке и развитию отрасли туризма и гостиничного бизнеса необходимо объединить усилия и ресурсы путем комплексного использования политических, организационных, социально-экономических, правовых, специальных и иных мер, разработанных в рамках стратегического планирования в Республике Узбекистан. Основными участниками данного процесса являются [1]:

- органы государственной власти в сфере туризма и смежных отраслей всех уровней;
- туроператоры, турагенты, организации и лица, предоставляющие отдельные туристские услуги;
- образовательные учреждения, готовящие кадры в сфере туризма;
- транспортные и страховые компании;
- другие участники туристской деятельности и институты гражданского общества.

Государственная поддержка развития отрасли туризма возможна в форме государственно-частного партнерства и развития кластерного подхода, который является передовым и эффективным механизмом концентрации усилий, как органов государственной власти, так и частных предпринимательских инициатив для создания туристской инфраструктуры. Необходимо провести анализ результатов реализации пилотных инвестиционных проектов по созданию туристских кластеров, разработать систему мер по решению проблем, препятствующих реализации кластерного

подхода, обеспечить распространение опыта успешной реализации кластерного подхода при создании объектов туристской инфраструктуры.

Цель создания туристского кластера – повышение конкурентоспособности территории на туристском рынке за счет синергетического эффекта, в том числе повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер, а также стимулирования инноваций и развития новых туристских направлений.

За последние годы имеется значительный опыт в продвижении Узбекистана как туристского направления на мировом рынке. Теперь необходимо поддерживать и развивать этот вектор деятельности, используя весь спектр коммуникаций, включая меры событийного, представительского характера, межкультурные коммуникации, рекламу и информирование. Необходимо более активно использовать инструменты сети интернет для продвижения отечественного туристского продукта.

Стратегической задачей всей туристской отрасли сегодня является создание и поддержание благоприятного образа Узбекистана как безопасного, интересного, доступного и модного туристского направления.

В рамках развития имидж-стратегии, мы рекомендуем, реализацию следующих мероприятий:

- разработка туристского бренда для работы на международных рынках, а также интернет-маркетинг, включая размещение информации посредством поискового маркетинга (SEM), баннеров на специализированных веб сайтах, мобильной рекламы, продвижения инструментов Веб (Web) 2.0, а также создание специализированной онлайн-платформы, отражающей все туристские предложения по Узбекистану и предоставляющей функции онлайн-бронирования;

- открытие туристских представительств Узбекистана на ключевых рынках. Предлагается открытие одного представительства в России, Китае и одного для стран Западной Европы, в последующем планируется более полный охват азиатского рынка, а также увеличение количества представительств в Европе;

- стимулирование участия узбекских туристских компаний к продвижению своих турпродуктов на международном рынке, в том числе за счет частичного субсидирования участия в международных туристских выставках;

- организация выездных мероприятий, в том числе ознакомительных туров по Узбекистану для представителей средств массовой информации и зарубежных профессионалов индустрии туризма с целью информирования и продвижения туристских продуктов Узбекистана.

На основании указанных выше критериев можно будет достигнуть следующие «быстрые результаты» [1]:

- создание продуктов МІСЕ-туризма в городах Ташкент и Самарканд при приоритете международных конференций и больших событий;

- создание государственной специализированной компании, которая является координирующим и связующим звеном между городскими властями

и бизнесом, обеспечивая эффективное продвижение и представительство городов Ташкент и Самарканд на рынке международных встреч, а также адекватное распределение нагрузки на туристскую инфраструктуру в течение года посредством привлечения новых мероприятий в осенне-зимний период.

Государственному комитету РУз по развитию туризма целесообразно совершенствовать маркетинговую политику на национальном уровне, т.е., на наш взгляд, необходимо разработать маркетинговый мастер-план развития туризма. На данный момент Узбекистан неизвестен в качестве туристического направления для большинства туристов из-за отсутствия агрессивной многоцелевой PR стратегии страны. Необходимо использовать все имеющиеся маркетинговые каналы, начиная с традиционных (ТВ, СМИ) современные методы SMM (маркетинг в соц. сетях), а также вуалированные формы PR такие как VLOG и активное привлечение локейшн менеджеров, выбирающих места для киносъемок, музыкальных видео и фотосессии для гляцевых журналов.

Кроме того, необходимо создание ивентов, таких как Silk Road Rally, World Bukhara Convention, World Silk Road Games, Strongman Central Asia, Redbull Uzbekistan, проведение праздника Навруз на новом уровне для привлечения большого количества туристов и пиара страны. Также надо проводить онлайн-мероприятия по продвижению туристических услуг, в том числе мероприятий на ведущих интернет-платформах, таких как Гугл Планета Земля и Трип Эдвайзор (GoogleEarth и TripAdvisor) и с помощью социальных сетей, таких как «Facebook» и «Twitter» [4].

Вместе с тем, учитывая темпы развития туризма в стране, а также в целях оптимального увеличения мультипликативного эффекта на экономику, на наш взгляд, необходимо одновременно включить в соответствующие отраслевые программы и планы, приоритетное развитие смежных секторов экономики, в том числе:

- пищевую промышленность, в том числе современная национальная кухня и национальные продукты (продукты питания, производство напитков);
- проектные и строительные услуги по строительству гостиничных и туристских объектов;
- индустрия развлечений и отдыха, в том числе киноиндустрия, производство изделий для развлечений, игрушек, деятельность в области развлечений и т.д.;
- все виды ремесленничества, в том числе национальная сувенирная продукция.

Список используемой литературы

1. <https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=813-> официальный сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма
2. <https://uza.uz/ru/documents/o-merakh-po-dalneyshemu-razvitiyu-sfery-turizma-v-respublike> - сайт Национального информационного агентства Узбекистана

3. <https://www.stat.uz/> - официальный сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике
4. <https://www.spot.uz/ru/2019/07/05/tourism-strategy/>- информационно-новостной сайт