МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И ИННОВАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ИСКАНДАР ТУХЛИЕВ

ТУРИЗМ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Рекомендовано Самаркандским институтом экономики и сервиса в качестве учебника для студентов специальностей "Туризм (по видам деятельности) и Организация и управление гостиничным хозяйством"

САМАРҚАНД – 2024

УДК: 338.482(075)
Т 94
ББК: 65.433уа73

Искандар Тухлиев
ТУРИЗМ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА [Текст]**:** Учебник / Самаркандский институт экономики и сервиса - Самарканд.: Издательство ООО «STAP-SEL», 2024 – 332 стр.

В учебнике освещены теоретические и практические основы развития туристической сферы с использованием передового зарубежного опыта. На примерах определены тенденции развития рынка туризма, реформы, реализуемые в сфере туризма Узбекистана, целевые задачи государственной политики.

Для усвоения студентами учебник содержит ключевые слова и фразы по каждой темы, вопросы для самостоятельной работы, задания по подготовке к практическим занятиям и тестовые вопросы.

Учебник предназначен для студентов высших учебных заведений, изучающих туризм (по направлениям деятельности), организацию и управление гостиничным хозяйством, экономику, маркетинг и менеджмент (туризм). Может использоваться преподавателями туристических техникумов, профессиональных колледжей и специалистами, работающими в сфере туризма.

Ответственный за издание:
д.э.н., профессор – А.А.Эштаев

Рецензенты:
Е.В. Голышева – к.э.н., доцент.
А.П.Махмудова– доцент СамИСИ.

Учебник представлен к публикации по решению Совета Самаркандского института экономики и сервиса (протокол № 9 от 26 апреля 2024 г.).

ISBN: 978-9910-702-07-5

© Искандар Тухлиев, Сам ИЭС, 2024
© Издательство ООО «STAP-SEL», 2024

Туризм является одной из важных отраслей экономики. Необходимо и дальше совершенствовать эту сферу, эффективно используя имеющиеся возможности. Время требует этого.

Ш.М.Мирзиёев[1]

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации в мире туризм стал одним из важных социальных, экономических и культурных факторов. Общий доход в этом секторе экономики составляет триллионы долларов, ежегодно по миру путешествует более одного миллиарда человек. Туризм – это не только вид коммерческих услуг, сегодня устойчивое развитие туристических рынков дает возможность создавать новые рабочие места и развивать смежные отрасли.

В связи с этим неслучайно увеличение числа туристов путем создания широких условий для развития внешнего и внутреннего туризма в Узбекистане отражен в целях Стратегии «Узбекистан-2030». Узбекистан обладает всеми необходимыми ресурсами для развития современной туристической отрасли и расположен на Великом Шелковом пути. Страна имеет благоприятные природно-климатические условия, богатое историческое и культурное наследие, и в то же время высокий потенциал для развития как внутреннего, так и международного туризма.

Среди вопросов, ожидающих решения в сфере туризма и индустрии гостеприимства на этапе модернизации страны, актуальным вопросом является подготовка современных кадров, способных соответствовать квалификационным требованиям, предъявляемым к работникам, работающим на рынке труда туристической отрасли.

Сегодня статус туристической отрасли как стратегической отрасли национальной экономики создает отличный фундамент для

[1] uza.uz/oz/politics/turizmni-yanada-rivojlantirish-masalalari-muhokama-qilindi-03-10-2017

ее развития в будущем. В связи с этим для предоставления качественных услуг местным и иностранным туристам, приезжающим в нашу страну, необходимы современные кадры, изучающие и осваивающие сферу туризма с теоретической и практической точки зрения.

Исследование организационных форм и видов туризма в процессе развития глобальной цивилизации показывает, что важно дать знания об истории туризма, его основных направлениях, видах, туристских услугах, всех вопросах, касающихся науки о туризме в целом, и классифицировать каждое из понятий и терминов, связанных с туризмом, что считается проблемой на уровне отдельного предмета.

В настоящее время все университети нашей республики, а также Самаркандский институт экономики и сервиса, Ташкентский государственный экономический университет, Сингапурский институт развития менеджмента, Международный университет туризма и культурного наследия «Шелковый путь» ведут подготовку квалифицированных бакалавров и магистров для сферы туризма.

В этих учебных заведениях проводится обучение кадров по направлениям «Туризм (по направлениям деятельности)», «Организация и управление гостиничным хозяйством», «Туризм (международный и внутренний туризм)», «Маркетинг (туризм)», «Менеджмент (туризм)». направления. В связи с этим важное значение имеет предмет «Туризм: теория и практика», входящий в блок общепрофессиональных предметов в учебных программах высших учебных заведений по направлению туризм.

С момента принятия Закона Республики Узбекистан «Об образовании» и «Национальной программы подготовки кадров» содержание образования коренным образом изменилось. Подготовленный авторам учебник по предмету «Туризм: теория и практика» создан и переработан с использо-ванием передового зарубежного опыта в соответствии с требованиями,

предъявляемыми Министерством высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан к подготовке учебной литературы.

Данный учебник поможет студентам, изучающим туризм, получить теоретическое представление о науке и понять ее практический характер. Поэтому учебник, во-первых, способствует изучению критерия предмета, а во-вторых, призван заинтересовать учащихся и более ответственно подходить к изучению предмета.

Стоит отметить, что, принимая во внимание нынешнюю нехватку учебников и учебных пособий по направлению «Туризм: теория и практика», а также тот факт, что Самаркандский институт экономики и сервиса является головным высшим учебным заведением республики в области туристических услуг, окажет непосредственную поддержку в оброзовании студентами других высших учебных заведений и туристических техникумов и колледжей нашей страны.

ТЕМА 1. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ ТУРИЗМА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

1.1. Цель и задачи предмета «Туризм: теория и практика»

Туризм вошел в мировую экономику XXI века как социально-экономическая сфера, оказавшая весьма положительное влияние. По данным Международного совета по путешествиям и туризму (WTTC), «к концу 2023 года туризм приблизится к уровню восстановления своих высоких позиций 2019 года и, как ожидается, превзойдет его в 2024 году, а также в 2033 году доля сектора в ВВП мировой экономики составит 11,6%, а удельный вес занятых в нём 12% в общей численности занятого населения в экономике»[2]

В связи с этим в Узбекистане за годы независимости были созданы необходимые организационно-правовые механизмы развития отрасли, а также приняты соответствующие нормативные документы правительством. Работа в этом направлении продолжается и сегодня. Благодаря этому, по данным Всемирного совета путешествий и туризма (World Travel and Tourism Council WTTC), туристический сектор Республики Узбекистан включен в список 10 быстро развивающихся стран[3].

В период определения количества туристов в Республике Узбекистан наблюдается возрастающая тенденция оказания туристических услуг иностранным гражданам. В перспективе такая ситуация обеспечивает развитие туристического бизнеса на рынке въездного и выездного туризма в Узбекистане не только туристической отрасли, но и развитие ряда других отраслей национальной экономики, связанных с туризмом.

В связи с этим, чтобы обеспечить качественный сервис местным и иностранным туристам, приезжающим в нашу страну, необходимо изучать и знать туризм с теоретической и практической точки зрения. Туризм – это не только способ узнать прошлое,

[2] Источник интернет материалы.http://www.wto-marketing.ru
[3]http://www.anons.uz/article/economics/8932/

познакомиться с другими нациями и народами, их обычаями, традициями, национальным наследием, насладиться их культурными памятниками, но это также прекрасный источник бизнеса. В связи с тем, что налаживание этой деятельности зависит от специалистов, подготовка высококвалифицированных кадров стала одной из важных задач современности. В рамках реализации этой задачи в существующих образовательных учреждениях преподается ряд профильных предметов и решаются в них проблемы, связанные с профессиональной наукой. Среди таких дисциплин свое место занимает дисциплина «Туризм: теория и практика», это одна из основных дисциплин специализации, которая переработана и подготовлена на основе изучения передового зарубежного опыта.

Опыт показывает, что важно дать знания об истории туризма, его основных направлениях, видах, туристских услугах и всех вопросах, связанных с наукой о туризме в целом, а также классифицировать каждое из понятий и терминов, связанных с туризмом, которые считается отдельной проблемой предметного изучения. Учитывая это, предмет «Туризм: теория и практика» как азбука всех профильных предметов, связанных с туризмом, выполняет именно эту задачу, поэтому освоить другие предметы, относящиеся к специальности, без ее досконального изучения затруднительно.

Цель предмета «Туризм: теория и практика» – раскрыть генезис теоретических и практических подходов узбекского и мирового туристического бизнеса, а также современные тенденции развития, сущность туристической отрасли, пути развития, опыт, и актуальные проблемы туризма, экономические и социальные вопросы туристической отрасли, подчеркнуть ее значимость, научить развитию узбекского и мирового туристического бизнеса на основе зарубежного опыта.

Задачи дисциплины «Туризм: теория и практика» определены следующим образом:

- ✓ уточнить некоторые моменты классификации и видов туристической отрасли;
- ✓ обеспечить понимание ресурсов туристического сектора;
- ✓ предоставление информации о роли исторических городов Узбекистана в развитии туризма и возможностях использования их туристического потенциала;
- ✓ выявление разницы между услугами и продуктами в сфере туризма и обучение технологии их приготовления;
- ✓ объяснить место и роль услуг проживания, питания и транспор-тных услуг в сфере туризма;
- ✓ дать некоторую информацию о сущности, значении гид-экскурсионного обслуживания в туризме и процессах реализации экскурсионного обслуживания;
- ✓ подчеркивание важности туристической индустрии и инфраструктуры и их проблем;
- ✓ осветить направления работы и механизм государственного управления туристической сферой;
- ✓ определение роли международных и региональных организаций в развитии туризма;
- ✓ разъяснение порядка лицензирования, сертификации и стандартизации туристических услуг.

Изучение этого предмета осуществляется в тесной связи с такими предметами как «Организация экскурсионного обслуживания», «Международный туризм: опыт и практика», «Региональные туристские ресурсы», «Организация ресторанного обслуживания», «Экотуризм», «Транспортные услуги в туризме», «Гостиничные услуги в туризме».

В процессе освоения предмета, необходима организация туристических экскурсий, экспедиций и специальных туров в городах Самарканд, Бухара, Хива, участие в традиционной международной туристической ярмарке «Туризм на Великом Шелковом пути», ежегодно проводимой в г.Ташкенте, знакомство с деятельностью отелей и туристических компаний, а также

необходимо использовать мультимедийные слайды с изображением экологических, исторических и культурных памятников, разработать карты туристических маршрутов.

Предмет «Туризм: теория и практика» предназначен для бакалавров 1 курса образования «Туризм (по направлениям деятельности)», «Организация и управление гостиничным хозяйством». Рекомендуется использовать научные, учебные и методические пособия в сфере туризма, изданные в зарубежных странах и нашей республике, а также статьи в журналах, на сайтах, примерные маршруты туристических компаний, буклеты и GPS-путеводители.

1.2. Этапы развития туристической сферы в Узбекистане

В Узбекистане система централизованного административного управления туристической сферой, как и среди других отраслей экономики соответствовала периоду 1971-1991 годов, до приобретения независимости республики. В этот период стали проявляться и негативные последствия. Увеличение количества заброшенных туристско-рекреационных объектов, а также качество услуг, предоставляемых клиентам в существующих, вызвало множество возражений.

По данным социологических исследований, до 50 процентов всех услуг, предлагаемых гостиницами, гостевыми домами, домами отдыха и пансионатами, вызвали недовольство туристов. Наряду с проживанием и питанием, отдых и медицинское обслуживание были не на должном уровне. Виды и объемы туристических услуг были невзрачными и некачественными. Сегодня развитие туризма в Узбекистане условно можно разделить на пять этапов**.**

Первый этап. После обретения Узбекистаном независимости, начал формироваться национальный рынок туристических услуг. Именно в этот период республика заявила о своей экономической независимости и независимом доступе на внешние рынки. Принятый в этот период закон о внешнеэкономической

деятельности создал новые возможности для предприятий, реализующих туристические услуги.

В результате, особое внимание было уделено таким вопросам, как формирование новой системы управления в отрасле, создание дополнительных видов бизнеса, помогающих вести туристический бизнес, организация банковских, аудиторских, консалтинговых услуг, обслуживающих отрасль, создание региональных подразделений туристической сферы в регионах, реклама туристических продуктов на международном уровне, лицензирование специализированных туристических предприятий. После обретения независимости в сфере туризма одновременно произошли три важных процесса:

- предприятия и организации старой системы (экскурсионные бюро, туристические бюро) вошли в кризис, поскольку по своей структуре и виду деятельности не отвечали требованиям новых услуг;

- созданы новые организации в качестве туроператоров и турагентов; за счет возрождения старых туристических предприятий было начато развитие туристической продукции, востребованной Узбекистаном и зарубежными потребителями.

В 1992 году в республике была создана Национальная компания «Узбектуризм», которая стала выполнять все организационные, управленческие и координационные функции в сфере туризма. В 1993 году Национальная компания «Узбектуризм» стала полноправным членом Всемирной туристской организации (ВТО).

Этот процесс, в свою очередь, послужил важным фактором развития международного туризма. В 1994 году по инициативе организации ООН ЮНЕСКО и правительства Узбекистана в городе Самарканде была принята Самаркандская декларация о развитии международного туризма в городах Великого Шелкового пути.

На этом этапе, то есть в 1994 году, большое значение в осуществлении глубоких системно-институциональных изменений

приобрела «Программа по приватизации туристических предприятий и разгосударствление экономики». В 1994-1995 годах 87,8% туристических объектов Национальной компании «Узбектуризм» были приватизированы и выведены из государственной собственности.

Осуществленные изменения быстро развили форму приема туристов. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по расширению участия Республики Узбекистан в восстановлении Великого Шелкового пути и развитию международного туризма в республике»[4], принятый в 1995 году приобрело стратегическое значение в восстановлении туристической продукции на Великом Шелковом пути. Это, в свою очередь, положило начало **второму этапу** реформ в сфере туризма в Узбекистане.

В результате были зарегистрированы туристические направления Великого шелкового пути такие как: мавзолеи наших древних ученых Имам Бухари, Бахауддин Накшбанд, Абдухалик Гиждувани, Ахмед Фаргани, Имам Мотруди, Махдуми Аъзам, Хаким Ат-Термизи, Хазрат Имам, Шейх Шамсиддин Кулол, Бурханиддин Мар Гилани, Чор Бакр в Бухаре, были отремонтированы и превращены в поломнические комплексы. С 1998 года в Ташкенте регулярно проводится международная туристическая ярмарка «Туризм на Великом шелковом пути».

На этом этапе были реализованы следующие важные задачи в сфере туризма Узбекистана: процесс разгасударствление и приватизации;

- привлечение новых иностранных инвесторов;
- поиск новых путей выхода на зарубежные рынки, посещая международные выставки (Берлин, Лондон, Мадрид, Москва);
- появление неправительственных организаций, защищающих интересы туристических предприятий и путешественников;

[4]http//www. lex.uz

- обеспечить привлекательность туристских направлений, усилить экологические требования к продукту, открыть новые территории как туристские достопримечательности;
- применение иностранного менеджмента в управлении гостиницами Узбекистана;
- расширение сети малых частных гостиниц;
- подготовка специалистов в сфере туризма (на этапе среднего и высшего образования);
- изучение зарубежного опыта;
- подготовка научных проектов;
- приезд исследовательской группы ВТО в Узбекистан и подготовка Закона «О туризме»;
- турфирмами наладились отношения с неправительственными и корпоративными организациями «Устоз», «Мерос», «Экосан» и др.

На третьем этапе реформ в сфере туризма, 15 апреля 1999 года Президентом Республики Узбекистан был объявлен Указ «О Государственной программе развития туризма в Узбекистане до 2005 года», а 20 августа этого текущего года Олий Мажлис Республики Узбекистан принял первый Закон «О туризме».

На основе этого были установлены рыночные отношения в сфере туризма и создан конкурентоспособный туристский продукт на международном рынке, а также положен конец централизации управления туристической системой. Многие туристические объекты стали управляться самостоятельно, предприятия, не способные конкурировать на рынке услуг, закрывались, а на их месте создавались новые, эффективно работавшие частные предприятия.

С 2000 года туристический сектор нашей республики вступил в период бурного развития. Доходы от туристического сектора стали расти на 20 и более процентов в год. После начала антиталибской операции в Афганистане в конце 2001 года поток туристов в нашу страну в течение двух лет значительно сократился,

ко второй половине 2003 года туризм нашей страны вновь восстановился. Помимо обычного распространения в Восточной Азии в последние годы такие заболевания, как пневмония (ТОРС) и птичий грипп, не могли оказать такого сильного влияния на туризм Узбекистана, как события 11 сентября 2001 года.

Четвертый этап реформ в сфере туризма начался в 2000 году и продлился до 2015 года. В этот период была заложена основа для создания ассоциаций частных туристских организаций и других туристских объединений (Ассоциация гидов-переводчиков, Ассоциация владельцев гостиниц, Ассоциация транспорников и по передаче ряда полномочий Национальной компании «Узбектуризм». Это позволило опережающими темпами развивать предприятия, работающие на рынке туристических услуг нашей страны.

Неслучайно 99-я сессия Исполнительного совета Всемирной туристской организации ООН (ООН) прошла в 2014 году в г.Самарканде. Для этого есть все основания, с учетом состоявшемся в Самарканде (5 октября 1994 года) совете Всемирной туристской организации, принявшем документ, известный как «Самаркандская декларация», город был единогласно признан «сердцем Шелковой пути".

В 2014 году город Самарканд вошел в число 50 самых красивых городов планеты, которые стоит посетить туристам, согласно рейтингу, опубликованному известным американским интернет-изданием «The Hufington Post». Примечательно, что из городов стран СНГ в этот список попал только город Самарканд[5].

Динамика развития туристической сферы Узбекистана за 2005-2019 годы отражена в данных Госкомстата Узбекистана (рисунки 1.2.1 – 1.2.2).

[5]Dunyoda-elliktadan biri //XXI asr. 2014 y., 24-iyul, №29 (557).

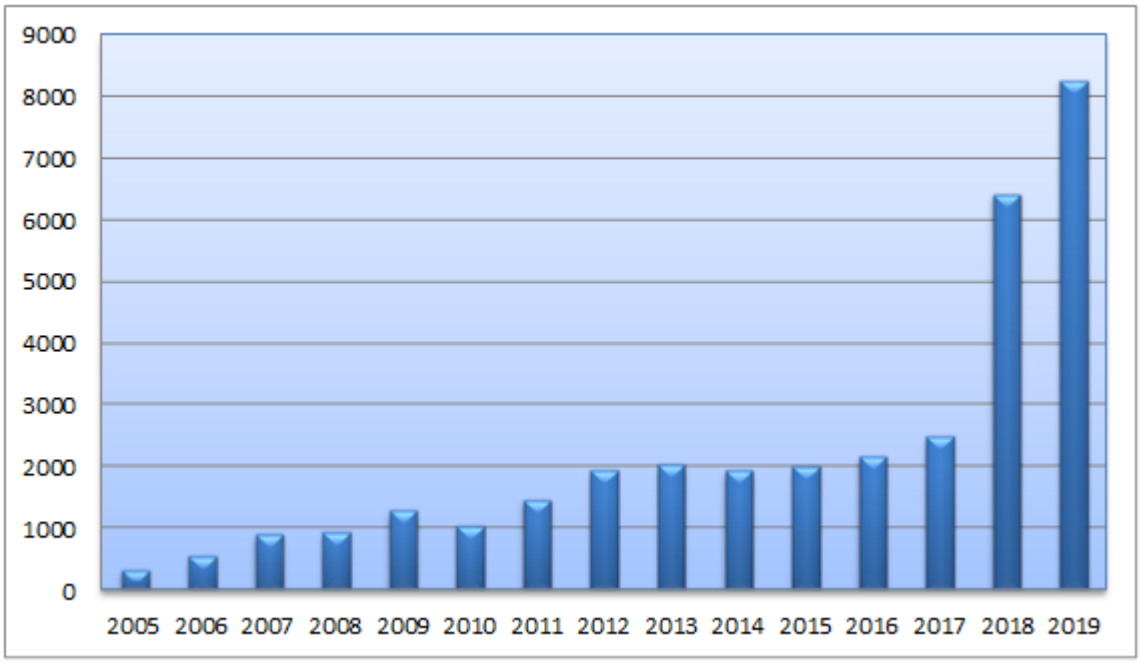


Рисунок 1.2.1. Показатели оказания туруслуг иностранным гражданам в Республике Узбекистан в 2005-2019 годах[6] (тыс. человек)

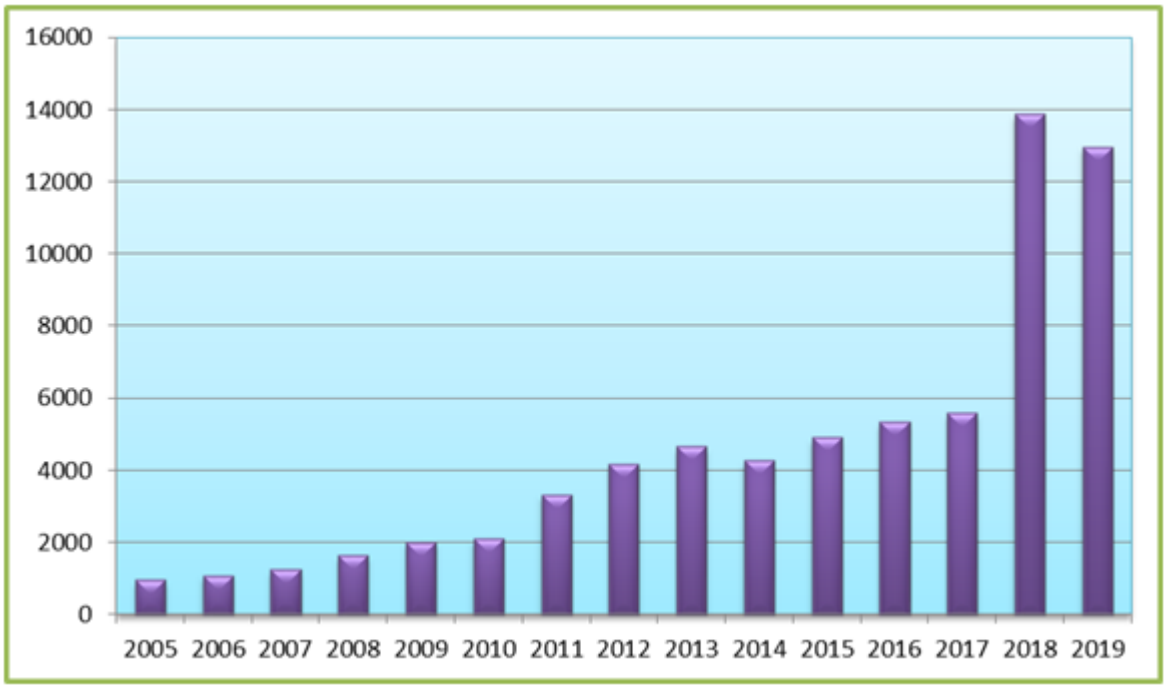


Рисунок 1.2.2. Показатели выезда граждан Республики Узбекистан за границу в 2005-2019 годах[7] (тыс. человек)

[6] Составлено на основе данных Госкомстата Узбекистана.
[7] Составлено на основе данных Госкомстата Узбекистана.

Согласно данным, представленным на рисуноке 1.2.1-1.2.2, туристическая отрасль в Узбекистане демонстрирует регулярные темпы роста.

Исторический Указ Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева от 2 декабря 2016 года «О мерах по обеспечению опережающего развития туристической отрасли Республики Узбекистан» стал причиной революционных изменений в туризме Узбекистана. Благодаря этому Указу впервые в экономике индустрии туризма был присвоен статус стратегической отрасли, в результате чего в Узбекистане начался новый пятый этап развития национальной индустрии туризма**,** в обеспечении развития всех смежных отраслей и секторов, обслуживающие иностранных и внутренних туристов.

В данном Указе в качестве целевых задач и приоритетов государственной политики в сфере туризма на среднесрочную перспективу определены:

- формирование и последовательную реализацию целостной концепции развития туризма, придание туризму статуса стратегического сектора экономики, превращение этой отрасли в мощный инструмент устойчивого развития, структурных преобразований и диверсификации экономики, который должен стать локомотивом для ускоренного комплексного развития всех регионов и сопряженных отраслей, осуществление системных мер по увеличению вклада туризма в создаваемом валовом внутреннем продукте, доходах местных бюджетов, обеспечению занятости, повышению уровня и качества жизни населения;

дальнейшее совершенствование законодательства и нормативно-правовой базы в сфере туристской деятельности, направленное на формирование благоприятных условий для деятельности субъектов туристской индустрии, снятие всех преград и барьеров, препятствующих развитию туризма, упрощение визовых и регистрационных процедур, паспортного и таможенного контроля, оптимизацию механизма государственного и рыночного

регулирования отрасли туризма, реализацию мер по стимулированию предпринимательской активности в сфере туризма и развитию конкуренции на рынке туристских услуг, совершенствование системы статистического учета в сфере туризма;

реализацию комплекса мер по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов и экскурсантов при организации туристских услуг, прежде всего в местах их размещения, пунктах питания, во время передвижения по территории республики, организации посещения туристских объектов;

разработку и реализацию национальной и региональных программ комплексного развития внутреннего, въездного и выездного туризма, направленных на интенсивное развитие туризма в стране и наиболее полное и эффективное использование имеющегося огромного туристского потенциала, ускоренное развитие, наряду с традиционным культурно-историческим туризмом, других потенциальных видов туризма-паломнического, экологи-ческого, познавательного, этнографического, гастрономического, спортивн-ого, лечебно-оздоровительного, сельского, промышленного, делового и иных видов туризма, усиление социальной роли туризма за счет развития детского, юношеского и молодежного, семейного туризма, социального туризма для лиц пожилого возраста, создание новых туристских маршрутов в регионах, проведение их паспортизации, формирование единых национальных реестров по туристским маршрутам и туристским объектам;

расширение международного сотрудничества в сфере туристской деятельности, в первую очередь с Всемирной туристской организаций ООН (ЮНВТО), авторитетными международными и национальными организациями по туризму зарубежных стран – активных участников региональных и мировых рынков туристских услуг, участие Узбекистана в универсальных международных конвенциях и соглашениях, регламентирующих

сферу туризма, внедрение в практику туристской деятельности международных и межгосударственных стандартов и норм;

ускоренное развитие во всех регионах республики объектов туристской индустрии, отвечающих современным мировым стандартам, потребностям и требованиям туристов, – гостиниц и аналогичных средств размещения, объектов общественного питания, транспортно-логистических структур, информационных центров, учреждений культуры и спорта, опережающее строительство и реконструкцию дорожно-транспортной и инженерно-коммуникационной инфраструктуры, придорожной инфраструктуры по основным туристским маршрутам, широкое привлечение для этих целей иностранных инвестиций;

разработку, с учетом тенденций развития международного туризма и применения современных маркетинговых инструментов, конкурентоспо-собных туристских продуктов и услуг, выработку стратегии по их продвижению на внутреннем и международном туристских рынках, формированию положительного имиджа страны в сфере туризма путем создания и развития комфортной информационной туристской среды, осуществления широкой рекламно-информационной деятельности, открытия туристских информационных центров в регионах страны и туристских представительств за рубежом, активного использования сети «Интернет», ежегодного проведения Ташкентской международной туристской ярмарки;

коренное совершенствование системы качественной подготовки квалифицированных кадров для туристской отрасли, особенно в области менеджмента и маркетинга, подготовки гидов (экскурсоводов), регулярной переподготовки и повышения квалификации работников субъектов туристской деятельности.

На пятом этапе признание туризма стратегической отраслью народного хозяйства, т. е. драйвером, который создает возможность благоприятные экономические и организационно-правовые условия для его опережающего развития, более эффективно

использовать огромный туристский потенциал регионов, развивать смежные с ними отрасли экономики кластерным методом и иметь возможность представить положительный имидж Узбекистана на мировых рынках.

Исследования показывает 77,6 % основных расходов при формировании туристского продукта приходится на расходы отрасли и организаций, оказывающих услуги, связанные с туризмом, что свидетельствует о значимой роли других секторов экономики в определении мультипликативного эффекта туризма.То, что сфера туризма прямо и косвенно связана со многими смежными отраслями нацинальной экономики, показано на (Рисунок 1.2.3.).

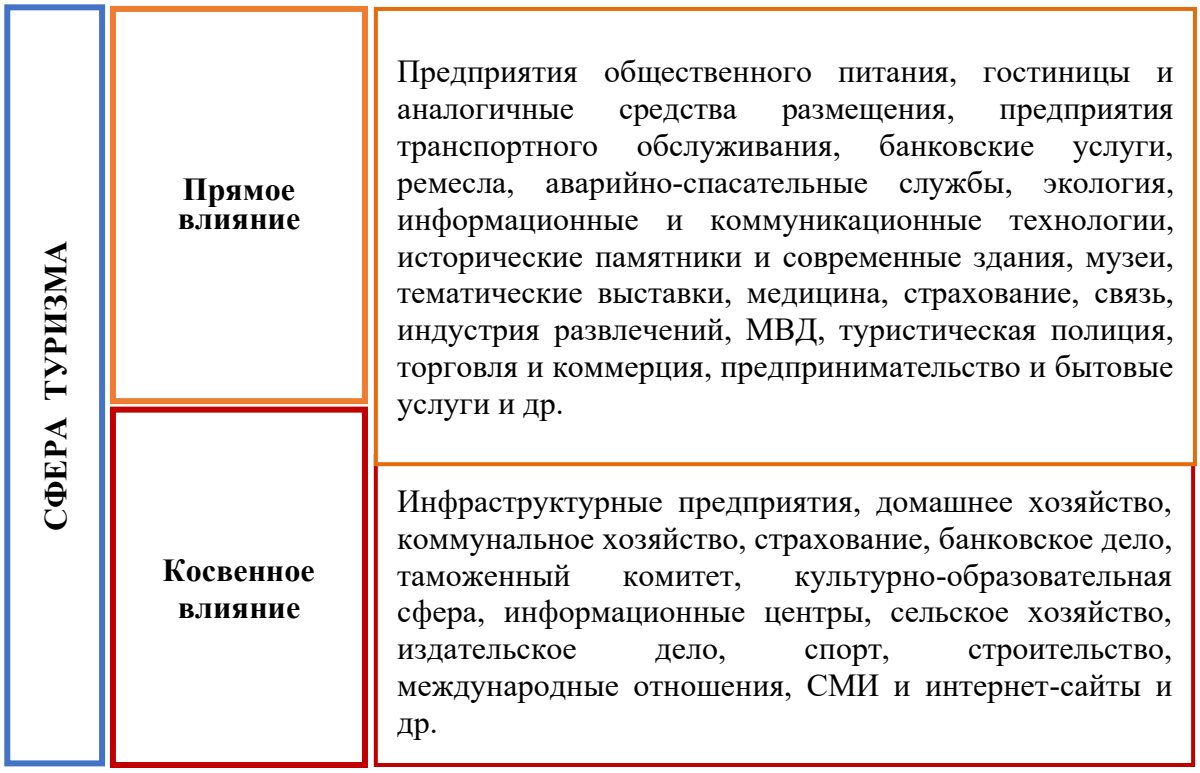


Рисунок 1.2.3. Влияния туризма как драйвер на другие смежные отрасли экономики

В результате определения туризма в качестве одной из стратегических секторов экономики Узбекистана за последые 7 лет правительством было принято более 100 нормативных правовых документов, постановлений и решений, направленных на

опережающее развитие отрасли. Принята Концепция развития туризма в Республике Узбекистан на 2022-2026 годы.

За счет реформ в сфере туризма количество стран, не требующих визы для иностранных граждан, увеличилось с 9 до 100, введена система «электронная виза» для 77 стран, гражданы 109 стран получили право проживания в Республике Узбекистан. В сложный для туризма год пандемии субъекты сферы всячески поддерживаются, им выделяются субсидии и кредиты.

Основные показатели развития туризма Республики Узбекистан за период 2017-2023 годы, также подтверждает, что для туризма в Новом Узбекистане начался период восстановления после пандемии (таб. 1.2.1).

Все это свидетельствует об эффективности проводимых реформ в республике по увеличению туристского потока и увеличению объема туристических услуг. Продолжается активная реализация программы "Путешествуй по Узбекистану", который благотворно повлияла на развитии туриндустрии. В результате общее количество внутренних путешествий в республике увеличилось с 8,8 миллиона в 2016 году до 11,3 миллионов в 2022 году, то есть почти в полтара раза с учетом пандемии.

В Послании Президента Олий Мажлису было отмечено, что индустрия туризма должна стать одной из стратегических отраслей экономики Узбекистана. Настало время перейти ко второй фазе развития, которая будет обеспечивать качественные структурные изменения во всех связанных отраслей сферы туризма. В нашей стране находится свыше 8200 объектов культурного наследия, из них в туристические маршруты включено лишь 500. Президент в Послании отметил, что следует разработать меры по доведению числа объектов, включенных в маршруты паломнического и традиционного туризма, до 800 в нынешнем и до 2,5 тысячи к 2025 году.

Таблица 1.2.1.

Основные показатели развития туризма Республики Узбекистан за период 2017-2023 годы[8]

№	Название показателей	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1.	Экспорт туристических услуг (млн долларов США)	546,9	1041,0	1313,0	260,9	422,2	15780	2143,5
2.	Количество иностранных туристов, посетивших Узбе-кистан (тыс.)	2690,0	5346,8	6748,0	1504,1	1881,3	5232,8	6626,3
3.	Количество туропе-раторов (единиц)	749	1005	1481	1344	1467	1663	2175
4.	Количество внутренних туристов (тыс. поездок)	10560	12489	14748	3534,1	5813,9	11304, 0	20600,0
5.	Количество гостиниц и аналогичных средств размещения (ед.)	767	914	1188	1308	1442	1167	5526
6.	Количество номеров в средствах разме-щения(тыс.)	18,6	20,2	26,1	29,2	33,7	25,8	63,5
7.	Количество мест в средствах размещения (тыс.)	37,0	41,1	54,8	61,5	71,2	54,6	144,0
8	Семейные гостевые дома (ед.)	0	106	886	1386	2458	3180	3458
9	Количество мест в семейных гостевых домах (ед.)	0	841	7146	11263	21018	27836	30738
10	Люди, занятые в сфере туризма (тыс.)	187	201	260,1	201,3	247	288	358

[8] Авторский анализ основан на данных ежегодного статистического бюллетеня Агентства по статистике при Президенте Республики Узбекистан за 2017-2023 годы.

В связи с тем, что превращение сферы туризма в ведущую стратегическую отрасль экономики определено в качестве одной из приоритетных задач в новом Узбекистане, необходимость повышения эффективности туристско-рекреационных услуг становится задачей государственной важности в условиях цифровой экономики. В этой связи настоящее время необходимо оцифровать информацию о туристско-рекреационных объектах и услугах туристических компаний и гостиниц с использованием необходимых цифровых технологий для регионов Узбекистана с богатым историко-культурным наследием и уникальным природным потенциалом.

Если обратить внимание на этапы, то развитие туризма в нашей стране рассматривается как приоритетное направление основной государственной политики с первых дней независимости. За этот период созданы все необходимые внешние правовые механизмы для развития сферы туризма, приняты важные нормативные документы, в том числе переработанный Закон Олий Мажлиса Республики Узбекистан **«О туризме» (2019 г.)[9],** разрабаты-ваются и внедряются в практику ряд Указов Президента Республики Узбекистан по вопросам туризма, постановлений Кабинета Министров Республики Узбекистан, руководящих указаний, инструкций и процедур Министерства юстиции и других официальных государственных органов.

Ключевые слова и фразы*:* Стратегия действий, реформы в сфере туризма, приватизация и государственное планирование, этапы развития туристической сферы в Узбекистане, туристические услуги, поток туристов, инвестиции в иностранной валюте, динамика и прогноз развития, прибывающие туристы.

[9] Закон Республики Узбекистан «О туризме». Национальная база юридических документов, 19.07.2019 г., №03/19/549/3446

Вопросы для самостоятельной работы

1. В чем заключается цель и задачи предмета «Туризм: теория и практика»?
2. Как развивалась туристическая сфера Узбекистана до приобретения независимости республики?
3. Когда была принята Самаркандская декларация о развитии международного туризма в городах Великого Шелкового пути?
4. На втором этапе какие были реализованы важные задачи в сфере туризма Узбекистана ?
5. Какие целевые задачи и приоритеты государственной политики в сфере туризма на среднесрочную перспективу определены в историческом Указе Президента Республики Узбекистан в 2016 году.
6. Почему именно в Самарканде прошла 99-я сессия Исполнительного совета Всемирной туристской организации (ВТО) ООН в 2014 году?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Какие еще события и вопросы мы можем включить в пятый этап развития туристической сферы Узбекистана? Соберите определенные тезисы по этим вопросам и подготовьте презентацию.

Тестовые вопросы

1. **Когда Республика Узбекистан стала членом ВТО?**

а) 1993 год;

б) 1994 год;

г) 1995 год;

д) 1996 год.

2. **Благодаря какому Указу впервые в экономике индустрии туризма был присвоен статус стратегической отрасли?**

а) О государственной программе развития туризма в Узбекистане до 2005 года;

б) О мерах по обеспечению опережающего развития туристической отрасли Республики Узбекистан;

г) О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан;

д) О дополнительных организационных мерах по созданию благоприятных условий для развития туристического потенциала Республики Узбекистан.

3. **Когда был принят Указ Президента Республики Узбекистан «О Государственной программе развития туризма в Узбекистане до 2005 года»?**

а) 1999 год;

б) 1998 год;

г) 2000 год;

д) 2001год.

4. **Какому этапу развития туризма соответствуют процессы приватизации и государственного планирования в сфере туризма?**

а) второй этап;

б) первый этап;

г) четвертый этап;

д) третий этап.

5. **По каким причинам Международная исламская организация объявила город Ташкент «Центром международной исламской культуры»?**

а) за исламскую культуру, науку, наследие;

б) сохранение и обогащение памятников старины;

г) для развития видов туризма;

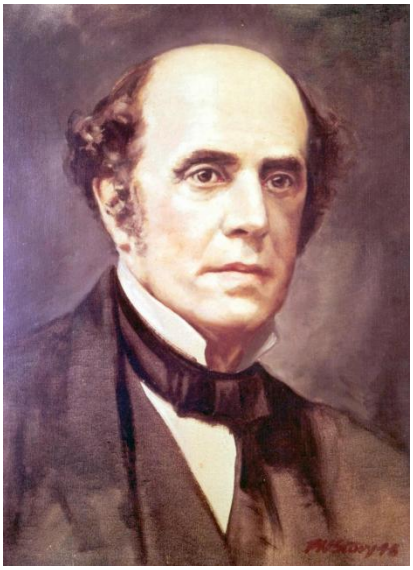
д) ответы а и б верны.

ТЕМА 2. СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ ПУТЕШЕСТВЕННИК И ТУРИСТ

2.1. История становления туризма

Сегодня англичанин Томас Кук признан основоположником современного туризма. Он одним из первых осознал важность и полезность организации **массовых туров** с целью путешествия и в 1843 году успешно организовал первую железнодорожную экскурсию. В 1851 году он организовал 165 000 человек со всей страны для участия на выставке в Париже.

Поскольку поездка на выставку была очень прибыльной, Кук стал организатором массового посещения английскими туристами Всемирной выставки в Париже в 1865 году. С 1856 года туры по Европе стали обычным явлением, образовалось туристическое агентство Кука и его филиалы. Беспрецедентный успех туристической компании подтверждается тем, что в каталог, предлагаемый туристам Куком, вошли более 8000 отелей. В 1872 году Томас Кук первым предложил совершить кругосветное путешествие. Сегодня компания «Томас Кук» имеет более 12 000 туристических агентств по всему миру, обслуживающих более 20 миллионов туристов в год.



Крестовые походы отмечены как известные события Средневековья. В настоящее время паломничество является основой религиозного туризма и по своей деятельности считается имеющим большие масштабы. В качестве примера достаточно привести паломничество представителей исламской религии в священные города Мекку и Мукарраму или паломничество христиан в город Иерусалим.

Туристический сектор развивался особенно быстро в последние 30 лет. За этот период количество иностранных туристов

увеличилось в 3,8 раза, а прибыль от этого сектора увеличилась в 25 раз. Сегодня на туризм приходится 10% мирового валового внутреннего продукта, 7% международных инвестиций, 16% рабочих мест и 12% мировых потребительских расходов. Сегодня туризм является очень мощной отраслью мировой экономики, в которой задействовано большое количество работников, основные фонды и крупные капитальные фонды. Туризм – это большой бизнес, большие деньги и серьезная политика в мировом масштабе.

Сегодня, с развитием общества, многие жители нашей планеты привлекаются в сферу туризма. В течение 1995-1997 годов наблюдалась тенденция устойчивого роста количества путешественников в среднем на 4% в год, а с 2008 года, в связи с мировым финансово - экономическим кризисом, отмечалось снижение активности в этой сфере. Туристический сектор является социально-экономической отраслью быстро развивающейся индустрии во многих странах. По оценке Всемирной туристской организации (ВТО), 100 туристов, посетивших город с развитыми туристическими услугами, потратят около 20 000 долларов США, а это означает, что каждый турист может принести городу прибыль в размере 200 долларов США за один день.

Инфраструктура и индустрия туризма также приводят к развитию нескольких отраслей, связанных с туризмом. Кроме того, развитие туризма помогает решить проблему безработицы, которая является еще одной большой проблемой. По статистике, каждый 20 туристов, посещающих страну, способствуют созданию 1 нового рабочего места в сфере непосредственного туризма и 2 в других отраслях экономики, зависящих от туризма. В то же время это положительно влияет на развитие местных регионов, помогает развитию сферы услуг, продавать продукцию сельского хозяйства, местной промышленности и национальных ремесел.

Туризм является важной составляющей экономики многих стран, он обеспечивает занятость местного населения, заполняемость отелей, ресторанов, развлечений, обмен

иностранной валюты. Внутренний экономический характер туризма требует, чтобы турист тратил свои деньги в стране, которую он посещает. Туризм основан на эксплуатации местных туристических ресурсов, а взамен этот регион или страна должны получить выгоду.

Хотя массовый туризм, в современных представлениях, сформировался в конце XIX века, только к XX веку он получил бурное развитие и получил название «феномен XX века» в результате развития техники и технологий, а также возникновению социальных отношений.

В настоящее время туризм рассматривается как экономическая категория, представляющая собой совокупность взаимосвязанных в народном хозяйстве предприятий и отраслей, целью которых является обеспечение различных видов отдыха и путешествий людей в свободное время, эффективное использование существующие туристические ресурсы для удовлетворения постоянно растущих потребностей.

2.2. Основные отличия путешественника от туриста

Путешествие и туризм*(travel and tourism)* – родственные понятия, которые представляют собой определенный образ жизнедеятельности человека. Он охватывает отдых, развлечения, спорт, экологическую осведомленность, торговлю, науку, оздоровления, медицинские процессы и многие другие аспекты. Однако каждый раз оно подразумевает конкретное действие, отличающее путешествие от других видов деятельности, - временный выезд человека в другое место, страну, континент, удаление от постоянного места жительства.

Экспедиции, в том числе научные, организуются отдельными лицами, имеющими отдельную, единую цель и интерес, и включают в себя сотни и даже тысячи специалистов, дипломатов, мигрантов и кочевников. Экипажи морского, воздушного и другого транспорта

месяцами находятся вдали от дома, поэтому для них путешествия — это образ жизни, повседневная работа.

Понятие путешествия относится к перемещению людей во времени и пространстве независимо от их цели и служит для путешественников образом жизни.

Из многовековой истории известно, что человеку было свойственно путешествовать по всему миру с целью развития торговли, открытия и освоения новых земель, поиска ресурсов и новых транспортных путей. Время, отведенное развитию нашей цивилизации, не так уж велико, оно определяется периодом около пяти тысяч лет, но до нас дошли лишь рассказы и образы путешествий недавнего прошлого. Из прошлого мы знаем имена великих путешественников, открывших новые материки и земли, народы и природные явления, основавших уникальные географические системы.

Рассматривая отличия путешествия от туризма, допустимо остановиться на целях и материальном обеспечении этой деятельности. Основная часть поездок и экспедиций финансируется заинтересованными лицами, организациями, государственными и частными фондами, служащими конкретным целям (торговля, наука, открытие новых земель, продвижение продукции и т. д.).

Путешественник – это прежде всего профессия, которая может стать источником существования для людей, а также образом жизни для тех, кто участвует в путешествии. В этом заключается цель деятельности, которая принципиально отличается от целей туризма.

Туризм -это выезды (путешествия) физического лица из постоянного места жительства без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Турист- физическое лицо, посещающее страну (место) временного пребывания без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного

пребывания, на период от двадцати четырех часов до двенадцати месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания[10].

Важно отметить, что мы можем назвать туриста путешествен-ником, но не всегда можем назвать путешественника туристом. В отличие от путешествий, туризм – это отрасль, на которую сильно влияет экономика и политика. Туризм – это вид массовых путешествий с четко определенными туристскими целями, осуществляемый туристами и состоящий из туристической деятельности и организаций, предоставляющих специальные услуги по организации и осуществлению таких поездок. Деятельность таких организаций специального обслуживания в первую очередь осуществляют туристические компании, фирмы, гостиницы и различные другие отрасли, связанные с этими услугами.

Для осуществления туристической деятельности необходимы три фактора: свободное время, соответствующие средства и желание. Туристическая деятельность в основном осуществляется в свободное время.

Долгое время туризм был уделом богатых. В настоящее время разные слои населения могут легко провести свободное время и сэкономить на различных туристических поездках.

С точки зрения экономических факторов приезжие делятся на ночных туристов, то есть тех, кто остается на ночь, и туристов, которые остаются на одни сутки, то есть до 24 часов (в гостинице). Чтобы лучше понять природу туризма и туристской деятельности, целесообразно полностью усвоить информацию таблицы 2.2.2.

[10] Закон Республики Узбекистан «О туризме». Национальная база правовых документов, 19.07.2019, №19/03/549/3446

Таблица 2.2.2.

Основные различия, отличающие туриста от путешественника в процессе туризма

№	Отличительные черты	Туризм (турист)	Путешествовать (путешественник)
1	Влияние на экономику страны	Туризм является мощным сектором мировой экономики, на долю которого приходится мировой валовой внутренний продукт. Это большой бизнес, большие деньги и серьезная глобальная политика	Путешествия не оказывают прямого влияния на экономику
2	Согласно поставленным целям.	Турист ограничен конкретными целями, изложенным в турпакете.	Путишественник не ограничен конкретными целями.
3	Определены сроки прибывания	У туриста продолжительность: 3-7 дней; 8-28 дней; отмечено в турпакете	Путишественник не ограничен сроками
4	Прибывание в определенной местности	Ограничено турпакетом	Нет никаких ограничений по месту прибывания
5	Осуществления деятельности	Туризм осуществляется в основном свободное время	Путешествие осуществляется в любое врея года, это образ жизни.
6	Заниматься прибыльной деятельностью в месте прибывание	Согласно закону, заниматься оплачиваемой деятельностью для туриста в пункте назначения запрещено	Вместе прибывания путешественник может занимат оплачиваемой деятельностью
7	Финансирование	Из личных средств туриста и социальных фондов.	Финансируется из личных средств и спонсорскими организациями
8	Организация и обслуживание	Туристическую деятельность организуют и облуживают различные смежные предприятия и сети, связанные со сферой услуг	Организуют и облуживают спонсорские организации и собственными силами.
9	Влияние на жизнедеятельность	Для туриста поездка служит отдыхом и пополнением своих сил и знаний.	Для путешественника – это профессия или источник средств к существованию, образ жизни.

2.3. Исторические основы становления туризма в Центральной Азии

С древних времен туризм служил укреплению уз дружбы между народами нашей планеты. Люди путешествовали, чтобы открыть новые земли, увидеть и узнать мир, развивать торговлю и устанавливать культурные и дипломатические отношения. Центральноазиатский регион сыграл важную роль в этом процессе, поскольку находился на перекрестке торговых караванов, культур и цивилизаций.

В Центральной Азии путешествия в другие страны с конкретными целями были развиты с древних времен, а первый туризм в нашей стране восходит к «Великому Шелковому пути». Чрезвычайно важное значение в этом плане имел Великий Шелковый путь, открытый во II веке до нашей эры. Эта дорога была не только торговым путем, но и путем культурного, образовательного и научного развития, международных связей между народами мира.

В VII-VIII веках арабы завоевали Моваруннахр и оказали влияние на традиции, религию и верования местного населения, культуру, развивавшуюся с древнейших времен, и постепенно стал проникать ислам. С обращением местного населения в ислам Центральная Азия соединилась с арабскими странами Меккой и Мединой. Паломничество является одним из обязательств ислама, и жители Моварунахра покинув свою страну, проходили через Афганистан, Иран, Ирак и Сирию и совершили хадж в Мекке и Медине в Саудовской Аравии. Хотя этот путь был труден и сложным, занимал несколько месяцев и лет, число паломников увеличивался с каждым годом.

Из многовековой истории известно, что процесс путешествия человека по миру с целью развития своего ремесла, открытия и освоения новых земель, поиска новых решений в науки, сегодня в науке о туризме считается уникальным паломническим и научным видом туризма.

В своем выступлении Президент Республики Узбекистан заявил: «Мы поставили своей главной целью создание в Узбекистане основ нового возрождения, Третьего Возрождения, путем широкомасштабных демократических преобразований, в том числе образовательных реформ»[11].

Известно, что Великое Возрождение Древней Греции в IX-XII веках открыло новые направления развития науки и в Центральной Азии. В этот период в нашей стране произошел первый Ренессанс, и в результате появились десятки наших великих ученых, таких как Мухаммад аль-Хорезми, Ахмед Фаргани, Абу Райхан Беруни, Абу Али ибн Сина, Махмуд Замахшари, которые были признаны во весем мире, своими научными и творческими открытиями внесли несравненный вклад в мировое развитие и развитие науки. Здесь следует подчеркнуть, что в этот период, признанный «Золотой век исламской культуры», такие великие ученые, как Имам Бухари, Имам Термизи, Имам Мотуриди, Бурхониддин Маргинани, Абул Муин Насафи, ставшие гордостью всего мусульманского мира.

Период второго Возрождения сформировался в XV веке в результате поддержки всестороннего развития науки в стране, основанной великим Амиром Темуром. В этот период такие учёные, как Мирзо Улугбек, Али Кушчи, поэты и мыслители Алишер Навои, Бабур Мирзо, Лютфи, Абдурахман Джами, историки, художники, такие как Мирхонд, Хондамир, Махмуд Музахиб, Камолиддин Бехзод, музыканты и музыковеды вышли на большую сцену со своими произведениями.

Настоящее время теоретико-методологические вопросы становления и развития туризма исследованы в работах следующих зарубежных и отечественных ученых: Л.И.Лукачевой, В.А.Квартальнова, В.А. Исаева[12], К.Х.Абдурахманова[13],

[11] Выступление Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева на церемонии, посвященной Дню учителя и тренера. 30.09.2020

[12] Л.И.Лукачева, Квартальнов В.А., Исаев В.А. и др. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник. -М.: Финансы и статистика, 2002. – 352 с.

[13] К.Х. Абдурахмонов Менежмент туризма: Учебное пособие. –Т.: Филиал ФГБОУ ВПО “РЭУ им. Г.В. Плеханова” в г. Ташкенте, 2013.-248с.;

М.К.Пардаева[14], И.С.Тухлиева[15] и в других научных исследованиях.

С развитием туризма как массового явления появились первые определения понятия «туризм» для целей статистического учета путешествующих людей. В настоящее время существуют разные подходы к определению туризма. Например, Н. И. Кабушкин определяет туризм как «совокупность отношений и взаимодействий, происходящих во время путешествия человека, а также совокупность событий»[16].

Однако историко-методологические основы становления туризма в нашей стране по целям путешествия недостаточно исследованы. Период двух Возрождений Востока представляет собой уникальное событие в истории человечества в целом, проникнутое благородными идеями науки, просвещения, религиозной толерантности и гуманности великих предков.



Рисунок 2.3.1. Путешествие имама Исмаила Бухари

В наше время, в годы независимости Узбекистана, оно приобретает особый, более глубокий смысл[17]. Действительно, наша страна, расположенная на перекрестке Великого Шелкового пути, издревле была одним из центров высокой цивилизации и культуры. Доказательством тому являются древние каменные надписи-петроглифы, архитектурные памятники и редкие рукописи, свидетельствующие о нашей богатой истории, насчитывающей несколько тысяч лет.

Хотя в научной литературе существуют определенные описания туризма как путешествия, он имеет особенности по своим конкретным аспектам, а лицо, участвующее в нем, называется

[14] М.Қ.Пардаев, Атабаев Р. Туристик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. -Самарқанд: СамИСИ, 2006.
[15] И.С.Тухлиев ва бош. “Туризм: назария ва амалиёт”дарслик. Тошкент “Фан ва технология” 2018 й.
[16] Н.И.Кабушкин. Менеджмент туризма: Учебник. 4е изд., стереотип. Мн.: Новое знание, 2004. – 409 с.
[17] А.Саидов. Новый Узбекистан и третий Ренессанс. Страна фокусе. 9.09.2020.

туристом. Важно то, что мы можем назвать туриста путешественником, но не всегда можем назвать путешест-венника туристом.

Имам Бухари (810-870)[18], самый известный из ученых-паломников, отправился в паломничество со своей матерью в 17 лет и несколько лет жил в Аравии. Он путешествовал и собирал хадисы в Багдаде, Дамаске, Балхе, Нишапуре, Египте и многих других арабских городах в течение 40 лет, чтобы собрать хадисы фикха. Примером этого может быть современник Имама Бухари Имам Тирмизи (824-892). Поездка ат-Тирмизи по зарубежным странам продолжалась многие годы, и во время этих поездок он общался со многими учёными.

В Моваруннахре, Хорасане и Хорезме, вошедших в состав Арабского халифата, произведения, написанные на местных языках уничтожались, а образованные учёные и искатели знаний отправлялись в Дамаск, Каир, Багдад, Куфу и Басру- центральные города Арабского халифата и были вынуждены писать на арабском языке. Эти города были крупными центроми науки и культуры Востока, среди которых наибольшей известностью пользовался город Багдад. В 1Х веке в этом городе была основана «Байт-уль-Хикма» — «Дом мудрых», то есть по сегоднишним понятиям это Академия наук Востока.

В «Байт-уль-Хикме» находилась большая библиотека и астрономические обсерватории в Багдаде и Дамаске. Помимо научных исследований, ученики там изучали научное наследие древнегреческих и индийских ученых и переводили их труды на арабский язык. Здесь работали многие ученые Моваруннахра и Хорасана, внесшие большой вклад в средневековую науку. Ниже представлена деятельность ученых Центральной Азии, связанная с путешествиями (туризмом):

[18] Даты рождения и смерти всех учёных /Учёные великой страны[Матин]/ Составил и подготовил к печати У.Уватов Международная Исламская Академия Узбекистана, Управление мусульман Узбекистана, Третье издание.-Ташкент: “Qzbekiston” НМИУ,2020.-424б.

Первым видным представителем хорезмийской научной школы того времени был **Мухаммад ибн Муса Хорезми (783-850)**, который, по словам американского востоковеда Д. Сартона, «был одним из величайших математи-ков всех времен»[19].

Мухаммад Хорезми родился в Хорезме и умер в Багдаде. В произведениях Мусы Хорезми присутствуют все названия 537 местностей, городов, гор (203 названия), морей и островов, а в конце отдельно описываются реки и озера. Встречаются такие названия, как Красное море, Индийский и Атлантический океаны. Также объяснены бассейны Азовского моря и реки Нил.



Рисунок 2.3.2. Мухаммад Хоразми

Итальянский востоковед К. Наллино писал: «Ни один народ Европы не достиг достижения Мусы Хорезми и не смог создать такое произведение»[20]. Геогра-фические идеи, созданные в результате путешествий Мусы Хорезми, подняли эту науку на новый уровень и привели к созданию новой науки географии на Востоке в начале IX века. **Ахмад Фергани**-родился в Фергане и вырос здесь, получив первое образование. Затем ему посчастливилось работать с Мухаммадом Хорезми в знаменитой в то время на Востоке академии «Байт-уль-Хикма» в Багдаде.



Рисунок 2.3.3. Статуя Ахмада Фергани на острове Рода на реке Нил.

Ахмад Фергани научно доказал солнечные и лунные затмения, за пять веков до Мирзо Улугбека, признанного султаном астрологии, он доказал направления движения Солнца и звезд,

[19] И.С.Байджанов. “Хоразм Маъмун академияси ўтмишда ва хозир”.
[20] И.С.Байджанов. “Хоразм Маъмун академияси ўтмишда ва хозир”. Жамоавий тўплам. 2016 й.

что Земля имеет сферическую форму и что она движется вокруг двух осей, называемых полюсами. 800 лет спустя, Христофор Колумб и Фернандо Магеллан, совершившие в XVI веке кругосветное плавание, также зафиксировали, насколько точны были расчеты длины меридиана в один градус, использованные Ахмадом Фергани для расчета размеров земного шара.



Рисунок 2.3.3. Статуя Абу Райхана Беруни в Тегеране

Ахмад Фергани изготовил прибор **«Ниломер»,** который постоянно измеряет уровень воды в Ниле. Этот инструмент успешно применялся в развитии сельского хозяйства по всему бассейну реки Нил. Согласно этому инструменту, заранее были известны периоды разливов реки Нил и определялась сумма налога, уплачиваемого за потребленную воду. В связи с этим в знак благодарности Правительство Египта приняло решение установить статую нашего соотечественника Ахмада Фергани на острове Рода на реке Нил как высокую дань уважения его заслугам перед этой страной. Эта статуя была торжественно открыта во время официального визита Первого Президента Ислама Каримова в Египет в 2007 году.

Абу Райхан Беруни (973-1048) – великий ученый-энциклопедист Средневековья. Он был астрономом, астрологом, математиком, геологом, географом, краеведом, биологом, врачом, ботаником, минералогом, историком, ресурсником, теологом, литературным критиком, философом, социологом, логиком и поэтом одновременно[21]. Он доказал затмение Луны в Багдаде. Если суммировать путешествия Беруни за всю его жизнь, то он путешествовал на севере до Хорезма, на юге до Индии и на западе между побережьем Каспийского моря и Багдадом.

[21] А.Саидов. Новый Узбекистан и третий Ренессанс. Страна фокусе. 9.09.2020.

Таблица 2.3.1

История становления туризма в результате путешествий учёных из Центральный Азии

№	Ученые, путешествовавшие в другие страны	Начальный адрес и время путешествий	Место пребывания и цель путешествия	Путешествия в другие страны в поисках знаний и поломничества
1	Мухаммад ибн Муса Хорезми	Из Хорезма в 819 г.	Он отправился в Багдад, где изучал греческую, индийскую и иранскую астрономию в Бейт-уль-Хикма.	Марв, Хорасан, Багдад, Дамаск,
2	Имам аль-Бухари	Из Бухары в 825 г.	Мекка в Мукарраму, на урок хадисоведения	Медина, Таиф, Джидда, Басра, Багдад, Куфа (Ирак), Шам, Египет, Месопотамия (Джазира), города Хорасан: Марв, Балх, Хирот, Нишапур, Рей, Джибал.
3	Имам ат-Тирмизи	Из Термеза в 850 г.	В Хадже-Мекке он расширил свои познания в науке хадисов, ал-кирата, аль-баяна и фикха.	Самарканд, Марв, Медина, Ирак, Хорасан, Нишапур,
4	Ахмад Фергани	Из Фергани в 861 г.	В Марви пополнил свои знания в «Байт уль-хикма».	Марв, Багдад, Шаммосия, Дейр-Мурран, Каир.
5	Абу Райхан Беруни	Из Хорезма в 995г.	Совершенствует свои знания в Иранских городах Рэй, Джуржан,	Город Джуржан на юго-востоке Каспийского моря, город Раи в Иране, Газна, Индия.

6	Абу Али ибн Сина	Из Бухары в 1002 г.	В Ургенче он проводил научные исследования вместе с учёными во дворце Маъмун.	Он был в иранских городах Гургон, Рэй, Исфахан.
7	Насир Хисрав	Из Балха в 1045 г.	Осенью 1045 года он пошел на юг вдоль реки Мургаб и записал то, что увидел, достигнув истока реки.	Это путешествие началось из Марва, прошло через северную часть Ирана, Армению, южную Турцию, города Мекку и Медину в Аравии, Ливан и земли современного Израиля и продолжилось до Египта. После этого учёный отправился в северные районы Индии.
8	Махмуд аз-Замахшари	Из Хорезма в 1075 г.	Он отправляется в Мекку, чтобы совершенствовать свои знания.	Он побывал в Хорасане, Иране, Аравии, Ираке, Йемене, Сирии, Марве, Нишапуре, Исфахане, Багдаде, Хиджазе, Дамаске и Мекке и собрал богатые источники для своих произведений.
9	Захируддин Мухаммад Бабур	Из Андижана в 1504 г.	В 21 год он побывал во всех городах и селах от Ферганы до Бухары, от Ташкента до Хисаря и Герата, а также в степи и горах. За 30 лет путешествий он собрал богатый материал для своего шедевра «Бобурнома».	Он посетил города Средней Азии, Афганистана и Индии.

Сегодня основоположником современного туризма в научной литературе признан англичанин Томас Кук. Он одним из первых осознал важность и полезность организации массового туризма с целью путешествия и в 1843 году успешно организовал тур по первой железной дороге. В 1851 году он организовал 165 000 человек со всей страны для участия в выставке в Париже. Поскольку поездка на выставку была прибыльной, Куку приписывают роль организатора массового посещения английскими туристами Всемирной выставки в Париже в 1865 году.

Однако из сведений таблицы видно, что центральноазиатские учёные-энциклопедисты совершали свои путешествия в 819 году, то есть в IX веке, с целью паломничества и дальнейшего обогащения своих научных знаний в различных дисциплинах и обмена своими знаниями с зарубежными учёными. Если проанализировать процесс становления туризма в хронологическом порядке, то англичанин Томас Кук, признанный сегодня в научной литературе основоположником массвого туризма, организовал первое железнодорожное путешествие в 1843 году, оно датируется XIX веком. Но по данным таблицы получаеся учёные-энциклопедисты Центральной Азии в результате своих путешествий заложили основы формирования индиведуального паломнического и научного видов туризма еще в IX-XI веках.

В заключение можно сказать, что ученые Центральной Азии в эпоху Восточного Возрождения входили в число наиболее передовых и развитых стран мира, и в результате их путиществий в зарубежные страны для продвижения науки, как заявил английский ученый Д. Берналь в своей фундаментальной монографии «Наука в истории общества» «...он писал, показывая достижения в области естественных наук в мусульманском мире, что мусульманские учёные создали живую, развивающуюся науку. Эти учёные смогли расширить узкие основы греческой математики, астрономии и медицинских наук, заложить основы алгебры, тригонометрии и оптики. Наука мусульманского мира достигла решающих успехов в

химии и алхимии, мусульманские учёные радикально изменили старые теории в этих областях и экспериментировали с созданием новых наук с новыми традициями[22].

Сегодня быстро развивающаяся наука о туризме является относительно молодой наукой, однако международный туризм стал одной из крупнейших и наиболее прибыльных отраслей мировой экономики. В настоящее время при проведении научных исследований в области туризма необходимо признать историю ее первоначального становления и то, что в ее основе лежат «научный» и «паломнический» виды туризма, повышающие знания людей в результате путиществий ученых-энциклопедистов Центральной Азии.

В связи с этим исследователи туризма в будущих исследованиях обоих периодов Возрождения, рекомендуем принять во внимание вклад наших великих учёных в историю развития туризма.

Ключевые слова и фразы*:* путешественники Центральной Азии, древние путешествия и паломничество, путешественник, турист, основные различия между туризмом и путешествием, туризм – мощная глобальная экономическая сеть, история развития туризма, основоположник туризма.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Кто является основателем массовых туров в туризме?
2. Дайте определения понятием «Путешественник” и “Турист” и уточнити разницу между ними.
3. Для осуществления туристической деятельности необходимы какие факторы?
4. С какими целями путешествовали ученные Центральной Азии и посещали какие страны?

[22] Джон Бернал, Наука в истории общества, М., «Иностранная литература», 1956 г., с.572. Источник: https://vikent.ru/author/793/

5. В период первого и второго Возрождения в Центральной Азии, какие ученые заложили основу индиведуальному научному и паломническому виду туризма?
6. Как заявил английский ученый Д. Берналь в своей фундаментальной монографии «Наука в истории общества» по работам мусульманских учёных?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Собирите информацию, по другим ученым-путешественникам Центральной Азии, используя литературу и информацию из Интернета и подготовти презентацию по ним.

Тестовые вопросы

1. Отметьте строку, в которой правильно определено понятие путешествие.

а) граждане выезжают в другое место на определенный период времени независимо от их цели;

б) выезд с женой сроком на один год;

г) профессия, которая может стать источником существования для людей, а также образом жизни;

д) четко целенаправленная и организованная деятельность.

2. Формированию каких видов туризма положили учёные-путешественники Центральной Азии?

а) позновательный;

б) научный;

г) религиозный;

д) рекреационный.

3.Кем были первые путешественники?

а) кочевники;

б) купцы, торговцы;

г) животноводы;

д). паломники.

4. В чем разница между туризмом и путешествием?

а) цель и сроки ограничения;

б) точность и план;

г) организация и обслуживания;

д) в образе жизни.

5. С какой целью и в какой город Томас Кук организавал массвый тур?

а) выстовка Париж;

б) оздаровления Швейцария;

г) учеба Англия;

д) туризм Австрия.

ТЕМА 3. КЛАССИФИКАЦИЯ И ВИДЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА

3.1. Классификация и виды туристической сферы

Для того чтобы определить специфические характеристики современного туризма, необходимо определить его важные классификационные признаки. В частности, организационно-правовые формы целесообразно классифицировать по направлению географического и туристического спроса, цели поездки, способу передвижения, способам размещения туристов и по количеству участников.

Таблица 3.1.1

Классификация туристической сферы

№	Классифицированные признаки	Виды туризма
1	По географическому и туристическому направлению спроса	1.1. Национальный туризм 1.2. Международный туризм 1.3.Территориальный(региональный) туризм 1.4. Внутренный туризм 1.5. Въездной туризм 1.6. Выездной туризм
2	По целям	2.1.Туризм исторических памятников 2.2. Археологический туризм 2.3. Рекреационный туризм 2.4.Восстановительный стиль отдыха 2.5.Поломнический туризм 2.6. Научный туризм
		2.7. Спортивный туризм 2.8. Шопинг-туры 2.9.Религиозный туризм (паломничество, паломнические поездки)
		2.10.Ностальгический туризм

		2.11. Экотуризм 2.12. Охотничий туризм 2.13. Гастрономический туризм 2.14. Сафари-туризм 2.15. Спелеотуризм 2.16. Образовательный туризм 2.17. Экстремальный туризм 2.18. Этнографический туризм 2.19. Образовательный туризм 2.20. Медицинский туризм
3	По источнику финансирования	3.1. Социальный туризм 3.2. Коммерческий туризм
4	По количеству участников	4.1. Индиведуальный 4.2.Группа (спонтанно образовавшаяся группа) 4.3. Группа (группа людей, которые знают друг друга)
5	По организационным формам	5.1. Организованный 5.2. Не организовано
6	По возрастному составу участников	6.1. Детский туризм 6.2. Молодежный туризм 6.3. Молодежный туризм 6.4. Туризм среднего возраста 6.5. Пенсионный туризм
7	По особенностьям участников	7.1. Семейный туризм 7.2.Туризм людей с ограниченными физи-ческими возможностями 7.3. Тематический туризм

Виды туризма по направлению географического и туристического спроса имеют следующие характеристики:

Международный туризм – это поездки граждан страны в зарубежные страны с туристическими целями и посещение

гражданами иностранных государств этой страны с туристическими целями. Согласно понятию международного туриста, туристы, прибывшие в зарубежную страну на срок не менее 24 часов и не получающие оплату за свою профессиональную деятельность, являются временными посетителями.

По направлению туристических потоков виды туризма делятся на «въездной» и «выездной». Во многих развитых странах виды туризма развиваются гармонично, сохраняется баланс в сфере «внутреннего» и «внешнего» туризма.

Согласно разработке Всемирной туристской организации (ВТО), для координации рынка туристических услуг рекомендуется следующее соотношение туристов:

1 въезжающий турист - 1 выезжающий турист - 4 внутренних туриста.

По результатам исследования этого соотношения в Узбекистане в 2022 году на каждого прибывшего приходится один выездной турист, а количество внутренних туристов составляет 2,4.

1 въезжающий турист - 1 выезжающих туриста - 2,4 внутренних туристов.

В Узбекистане в 2022 году количество въезжающий туристов (5 232,8 тысяч) и выезжающих туристов (5 163,2 тысяч) соответствует рекомендациям ВТО, но внутренный туризм составил 2,4 туриста (11304 тысяч), это значит необходима развивать сушествующий огромный потенциал внутреннего туризма в условиях Узбекистана.

Внутренний туризм – это путешествия граждан, постоянно проживающих в Республике Узбекистан, по территории Узбекистана. Внутренний туризм не связан с пересечением государственных границ и туристическими формальностями. Национальная валюта, язык, документы остаются неизменными. 80-90 процентов мировых поездок – это внутренний туризм. Затраты на него будут в 5-7 раз меньше затрат на международный

туризм. Особой популярностью этот вид туризма пользуется в США, Франции и Англии.

Въездной туризм – поездка на территорию Узбекистана граждан, не проживающих постоянно в Республике Узбекистан.

Выездной туризм – это поездки граждан, постоянно проживающих в Республике Узбекистан, в другие страны.

Туризм исторических памятников - интерес к осмотру исторических памятников в городах Бухара, Хива, Самарканд, Шахрисабз, Ташкент и в других районах нашей республики.

Археологический туризм – изучение останков памятников Самарканда, Бухары, Хорезма и других городов, руин древних крепостей, археологических находок о жизни народов древней Средней Азии.

Рекреационный туризм – термин «рекреация» происходит от латинского слова «recreation» – «восстановление», и его первоначальное значение полностью соответствует его нынешнему современному понятию. Обычно его трактуют в смысле «отдых, восстановление рабочей силы, затраченной человеком в процессе работы». В отличие от первоначальной интерпретации, современная интерпретация имеет большую социальную значимость[23]. Рекреационный туризм является популярным видом туризма во многих странах.

Оздоровительно - прафилактический тур или тур на отдых. Санаторно -курортное лечение или санаторно-курортное лечение в санаториях, пансионатах, оздоровительно-прафилактических организациях, осуществляется в санаторно -курортных зонах, с помощью целебных вод, целебных грязей и т. д. (в санаториях с целебной минеральной водой).

В зависимости от оздоровительных целей, специализированных в сфере туризма, на курортах определяются возможности питья минеральной воды или принятия минеральных

[23] Usmanova Z.I. “O‘zbekistonda turistik - rekreatsion xizmatlarni rivojlantirish xususiyatlari va tendensiyalari”. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

и сероводородных ванн. Примером тому могут служить зарубежные лечебные водные курорты – Кисловодска, Железноводска, Пятегорска, Есентуки, расположенные на Кавказе в России; Виши, Виттель и Экс-ле-Бен (Франция); Бад-Наухайм, Висбаден и Баден-Баден (Германия); Карлави-Вары (Чехия); Спа (Бельгия); Бат и Бакстон (Великобритания); Бурса (Турция); К ним можно отнести большую часть термальных источников Атами (Япония).

Природа Узбекистана богата и разнообразна, в разных регионах страны выявлено более 200 целебных подземных источников минеральных вод и грязей. Эти подземные воды различаются по химическому составу, медико-биологическим и другим свойствам. На базе этих ресурсов были созданы физиотерапевтические больницы, санатории и другие учреждения здравоохранения. «Чартак», «Шахимардан», «Арсланбоб», «Алтиарик», «Чимён», расположенные в Ферганской долине, «Абу Али ибн Сина», расположенные в Самаркандской области, «Ситораи Мохи-Хоса» в Бухаре и «Чинабад» и «Турон», расположенные в городе Ташкенте», имеются санатории и базы отдыха с возможностью лечения минеральными водами. В нашей стране действуют более 327 специализированных средств размещения специальных санаториев, профилакториев, домов отдыха для работающих людей[24].

MICE-туризм-это деловой туризм, связанный с организацией и проведением корпоративных мероприятий. Чтобы понять, что за мероприятия имеются в виду, расшифруем английскую аббревиатуру:

Meetings — корпоративные встречи, презентации и переговоры;

Incentives — тимбилдинги и мотивационные туры для сотрудников;

Conferences — деловые конференции, съезды, форумы, семинары;

[24] Статистический бюллетень «Основные показатели развития туризма и отдыха в Республике Узбекистан в 2022 году». Ташкент. 2023 год.

Events — пресс-туры, имиджевые мероприятия, выставки и подобное

В условиях модернизации современной экономики деятельность частных предпринимателей требует работы с зарубежными партнерами, благодаря чему развиваются международные связи отечественных предпринимателей. Преимущество делового туризма в том, что его можно организовать даже в несезон для туристической отрасли. Особенность этого вида туризма в том, что участники деловой встречи во время путешествия по стране тратят большие денеги, чем обычный турист. Поэтому многие страны стараются проводить в своей стране международные форумы, конференции, симпозиумы и подобные мероприятия (например, различные фестивали, соревнования по зимним и летним видам спорта и т.д.). Узбекистан славится своей многогранностью и грандиозностью крупнейших праздников, фестивалей и выставок. Каждое мероприятие уникально в своем роде.

Научный туризм. Путешествие с целью учебы, образования и профессионального развития – относительно новый вид международного туризма. Путешествие с целью обучения за границу – один из новых сегментов турбизнеса в Узбекистане. Все более популярным видом путешествий становятся путешествия на иностранном языке в Великобританию и другие англоязычные страны.

Шоп-туры характерны для стран Содружества Независимых Государств (СНГ), основная цель визита за границу – приобретение дефицитных в этой стране потребительских товаров и реализация их в своей стране (обувь, трикотаж, летние и зимняя одежда и другие товары - Китай, Из Турции, Италии, Португалии; мебель и техника - из Дубая, Китая и Италии; теле- и радиотовары - из Объединенных Арабских Эмиратов (ОАЭ), Китая; автомобили - из Германии, Южной Кореи, Объединенные Арабские Эмираты.

Религиозный туризм, как путешествие с целью паломничества, в настоящее время пользуется большим спросом и становится популярным. В честь нашей независимости многие наши соотечественники ежегодно совершают хадж и в Умру в Мекку и Медину. Многие люди по всему миру путешествуют, чтобы посетить Мекку, Святую Землю, храмы Ватикана и другие места. Примерами таких священных мест паломничества в Узбекистане являются исторические памятники, расположенные в Самарканде, Бухаре, Хорезме и других регионах Узбекистана. В частности, важное место в развитии религиозного туризма занимают святыни Имама Бухари, Бахауддина Накшбанда, Абдухалика Гиждувани, Имама Мотруди, Махмуди Азама Дахбити, Хакима Термизи и Хазрата Имама, считающиеся малым паломничеством в мусульманском мире.

Настальгический туризм. Тоска по дому в основном связана с людьми, которые по каким-либо причинам уехали из родной страны, чтобы навестить родственников или друзей. В качестве наглядного примера настальгического туризма можно показать население крымских татар, кавказских народов, евреев, немцев и других национальностей, проживавших в Узбекистане в бывший союзный период, и чьи родственники до сих пор работают в разных городах нашей республики.

Экотуризм – это не только путешествие по уникальным природным территориям, их флоре и фауне с познавательными и духовными целями, но и совокупность взаимосвязанных комплексов с решением экологических проблем с помощью реализации социально-экономических задач.

Гастрономический туризм – это путешествия по странам и континентам с целью знакомства с местной кухней и предоставления посетителям возможности попробовать старинные блюда и продукты. Гастрономический тур – это не только путешествие как услуга, но и включает комплекс мероприятий, направленных на дегустацию блюд, встречающихся только в

определенном регионе, состоящих из ингредиентов, которые невозможно повторить больше нигде в мире и имеют неповторимый вкус.

Спелеотуризм – вход в пещеры с исследовательскими или спортивными целями. Спелеотуристы преодолевают различные препятствия в пещерах с помощью специального оборудования. К таким препятствиям относятся скалолазание по стенам, пересечение подземных вод или подводное плавание, а также ходьба по узким коридорам. Спелеотурист должен обладать навыками альпинизма, быть водолазом и мастером плавания. Даже самый простой спелеотур следует совершать не в одиночку, а с группой и с инструктором.

Экстремальный туризм[25] – туризм опасного характера – разновидность спортивного туризма, отличающаяся высоким риском для туриста. Среди любителей экстремального туризма популярны прыжки с парашютом с объекта высоко над горой, прыжки с высоких объектов на резиновой веревке, часто с мостов и т.п.

Этнографический туризм – это попытка изучить традиции, культуру и образ жизни разных народов, народностей и регионов, а стремления побуждают людей к путешествиям. Например, наиболее востребованными видами услуг в сфере туризма выступают традиции, образ жизни, национальные блюда, одежда, предметы быта, культурно-исторические памятники разных народов.

Культурный туризм. В основе этого вида туризма лежит потребность туриста расширить свой взгляд на культурный мир. Этот туризм позволяет туристу познакомиться с культурными ценностями и получить знания исходя из собственного желания.

Спортивный туризм. Основная цель спортивного туризма, вызывающего в настоящее время большой интерес, предоставить

[25] X.M.Mamatqulov “Xizmat ko‘rsatish sohasiga oid atamalar va iboralar izohli lug‘ati”. T.: “Iqtisod-moliya”, 2010, 372 b.

туристам возможность заниматься спортом по своему выбору. Спортивный туризм требует наличия необходимой базы: различного инвентаря, специальных трасс, канатных дорог, спортивных площадок, оборудования. Одним из основных требований к поездкам спортивного туризма является обеспечение безопасности отдыхающих. Поездки спортивного туризма можно разделить на 2 типа в зависимости от цели поездки: активные и пассивные. В основе активного спортивного туризма лежит необходимость занятий добровольными видами спорта. В пассивном спортивном туризме интерес к спорту заключается в основном в наблюдении. В последнее время спортивный туризм стал более активным, и в него включены следующие спортивные мероприятия:

Водный туризм – активная передвижная деятельность, известная с древнейших времен в странах, обладающих водными ресурсами. В последнее время создание новых современных форм привело к росту этого вида туризма. Во многом на это влияет увеличение использования водного транспорта различных размеров и типов, который туристы могут приобрести или арендовать. Основой инфраструктуры этого вида туризма является спортивный порт.

Зимние виды спорта. Зимние виды спорта являются одним из традиционных туристических занятий. Имеет разные формы: горные лыжи, горные лыжи и т.д. Обычно зимний туризм организуется на зимних станциях в горах.

Гольф считается видом спортивного туризма, который зародился в Великобритании, а затем распространился и на другие страны. Следует отметить, что спортивный туризм должен иметь широкую инфраструктуру. В него входят пункты проката спортивного инвентаря, зоны обслуживания, раздевалки, службы технического обслуживания, специальные объекты (поля, корты, бассейны и т. д.). Высокий риск и высокая вероятность травматизма требуют наличия медицинских пунктов. Кроме того, должны быть

дополнительные зоны обслуживания, включающие жилые помещения, предприятия общественного питания, магазины, дискотеки и тому подобное.

Охотничий туризм – в нашей республике созданы правовые нормы охоты, наличие водоемов рек, предгорий, пустынных и холмистых территорий с большим потенциалом в различных направлениях охоты. Например, горные зоны Нурата, Фориж, Бурчмулла, Бахмал, Зомин, Арнасойское, Хайдаркольское, Тодакольское, Шоркольское водохранилища; можно упомянуть Устюртскую плату, Кызылкумскую, Конимехчольскую зоны. Этот туризм также является одним из видов традиционного туризма, который организуется на основе определенных установленных правил, то есть для участия в нем необходимы специальные разрешения и лицензии. Охота и рыбалка организуются в зависимости от географического положения, сезона ограничений и разрешений, введенных для сохранения некоторых видов животных и рыб. К виду охоты можно отнести сафари, организованные в заповедниках Африки. Следует отметить, что данный вид спортивного туризма считается специализированным и имеет своих сторонников.

Социальный туризм потребляют малообеспеченные группы социальной защиты люди, покупающие билеты со скидкой, но частично или полностью финансируемые за счет государственного бюджета, государственных и негосударственных фондов, спонсоров, предприятий и организаций, работающих в сфере туризма, а также частных лиц. это касается ко всем видам туристических поездок.

Цель социального туризма – не получение прибыли, а поддержка малообеспеченных людей в реализации своего права на отдых. Этот вид туризма широко распространен за рубежом. Этот вид туризма был популярен еще в период бывшего Союза, его доля составляла около 80% внутреннего туризма и 50% международного туризма.

Таблица 3.1.2

Особенности видов туризма

№	Общие признаки	Своеобразные стороны	Виды туризма
1	По способу передвижения	Пешим ходом	Пешеходный туризм, спортивный туризм, горный туризм
		Полеты на авиатранспорте	Международный туризм, авиакруиз, спортивный туризм
		Полеты на воздушных шарах	Спортивный туризм, экстремальный туризм, культурный туризм
		Полеты на дельтапланах	Спортивный туризм, экстремальный туризм, горный туризм
		Морской транспорт	Морской круиз, спортивный туризм
		Оборудование для надводного и подводного плавания	Дайвинг, серфинг, катание на аквабайках, экстремальный туризм, спортивный туризм
		Путешествие на речном транспорте	Речной круиз, охотничий туризм
		Поездка в автомобиле	Автомобильный туризм, караванинг, экстремальный туризм, спортивный туризм (ралли), сафари
		Езда на автобусе	Автобусный круиз, культурный туризм, исторический туризм

		Путешествие по железной дороге	Железнодорожный круиз
		Езда на велосипеде	Спортивный туризм, экстремальный туризм
		Езда на лошадях	Экстремальный туризм, экзотический туризм, исторический туризм, сафари.
2	По средствам размещения	Размещение в отелях и гостевых домах	Все виды туризма
		Проживание в мотелях	Автомобильный туризм, спортивный туризм, экстремальный туризм
		Проживание в пансионатах	Оздоровительный туризм, рекреационный туризм, сельский туризм
		Проживание в кемпингах	Автомобильный туризм, спортивный туризм, экстремальный туризм, горный туризм, экотуризм, молодежный туризм, сафари
		Размещение в палатках	Рекреационный туризм, спортивный туризм, экстремальный туризм, горный туризм, спелеотуризм, детский туризм, молодежный туризм, молодежный туризм, сафари
		Размещение в ротелях	Экзотический туризм, автобусные круизы, молодёжный туризм
		Размещение в ботелях	Спортивный туризм, дайвинг, серфинг, экстремальный туризм, экзотический туризм

		Проживание в санаториях	Социальный туризм, оздоровительный туризм, лечебный туризм, рекреационный туризм
		Размещение во флотелях	Спортивный туризм, дайвинг, серфинг, экстремальный туризм, экзотический туризм
		Проживание в общежитиях	Социальный туризм, молодежный туризм, познавательный туризм
		Проживание в клубах отеля	Деловой туризм, спортивный туризм
		Размещение в кемпингах	Спортивный туризм, экстремальный туризм, горный туризм, спелеотуризм, сафари
		Размещение в туристических домах	Исторический туризм, культурный туризм, сельский туризм
		Проживание в аппартаментах	Виды туризма, организуемые в черте города
		Размещение в аквателях	Спортивный туризм, дайвинг, серфинг, экстремальный туризм, экзотический туризм
		Проживание в таймшерах	Экскурсии, организованные в черте города
		Проживание в домах отдыха	Социальный туризм, детский туризм, молодежный туризм, сафари.
3		Гастрономическое путешествие	Гастрономический туризм

	По услугам общественного питания	Употребление только определенных видов пищи	Туризм гурманов
		Употребление фаст-фуда	Молодежный туризм, пешеходный туризм
		Требование специального питания	Детский туризм, медицинский туризм, оздоровительный туризм, спортивный туризм, туризм людей с ограниченными физическими возможностями
4	По специ-фическим особенностям туристов	По запросу специальных служб	Детский туризм, молодежный туризм, познавательный туризм, археологический туризм, экстремальный туризм, спортивный туризм, научный туризм, туризм людей с ограниченными физическими возможностями
		Согласно дополнительным условиям	Детский туризм, туризм для людей с ограниченными возможностями, познавательный туризм, сафари

Услуги социального туризма - группам населения, нуждающимся в социальной защите (дети, подростки, молодежь, люди с ограниченными физическими возможностями, малообеспеченные группы населения) и лицам, приобретевшим льготные путевки, субъектам социального туризма (объединения социального туризма, детские подростковый туризм и различные санаторно-курортные услуги. Это комплекс услуг, направленных на удовлетворение соразмерных потребностей туристов, частично или полностью финансируемых государством, государственными и негосударственными фондами, юридическими и физическими лицами[26].

Организованный туризм – это путешествие отдельных лиц или группы туристов, организованное туристическими организациями. Туристы, совершающие организованный тур, приобретают право на поездку путем приобретения туристического билета. Виды услуг могут быть разными. Например, когда туристы едут без туристического пропуска, они могут купить пропуск на ряд услуг, т.е. услуги транспорта, питания и проживания в пункте назначения.

3.2. Характеристика активного и пассивного видов туризма

Основное содержание разделения туризма на активный и пассивный виды определяется перемещением людей в туристском процессе и выявлением типов клиентов. К активным видам туризма, требующим больших физических сил и подходящим для всех категорий туристов, относятся отдых и путешествия, отдых, спорт. Активный туризм также может включать в себя различные приключенческие путешествия:

приключенческий туризм (приключенческий тур), как говорят, отправляются в экзотические места, на вулканы, острова, водопады и тому подобные места.

[26] Norqulova D. “O‘zbekistonda sotsial turizm xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish” mavzusidagi iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

Обычно это нетрадиционный вид туризма, связанный с экзотическими и экологически чистыми природными территориями, западными путешествиями, нетрадиционными видами транспорта. В ряде случаев этот вид туризма связан с серьёзными физическими нагрузками (экстегем-тур). Туристу необходимо иметь хорошее здоровье и хорошее самочувствие. К ним относятся, например, катание на лодках по поймам Колорадо, катание на собачьих упряжках на севере России, отдых на горнолыжных курортах и многое другое. Для участия в них туристам необходимо иметь определенные навыки и физическую подготовку.

Виды активного туризма: Горный туризм – включает пешие прогулки по горным местностям (крутые скалы, перевалы, скалистые места, ледники, горные реки и т.п.). Горный туризм – это разнообразные туристические маршруты и экскурсии на свежем воздухе под открытым небом;

Водный туризм – состоит из купания в реках на катамаранах, байдарках, плотах и других средствах плавания; Лыжный туризм – преодоление на лыжах природных препятствий разного уровня; Спелеотуризм – путешествие по пещерам различной формы в ознакомительных или спортивных целях; Пешеходный туризм – пешие прогулки по местам, где движение затруднено;

Конный туризм – путешествия на лошадях или каретах; Велотуризм – передвижение на велосипеде по различным маршрутам; Авто или моторный туризм – охватывает поездки на соответствующем виде транспорта.

При этом в активный туризм входит и экстремальный отдых (дельтапланеризм или полеты на параплане).

Активный туризм не требует спорта и хорошей физической подготовки. Рекомендуется начинать с маршрутов низкой сложности и проходить их специальными группами. Маршруты высокой степени сложности могут выполнять только специально обученные люди.

Пассивный тип туризма включает в себя более спокойный и менее напряженный вид туристического путешествия, не характеризующийся физическими нагрузками. Этот вид туризма предназначен для людей, приспособленных к отдыху, и состоит из лечебных учреждений лечебного характера, то есть к ним можно отнести различные санатории и курорты. Этот вид туризма больше подходит семьям с маленькими детьми, туристам старшего возраста и пенсионерам.

3.3. Формирование туристского- рекреационного кластера

Сегодня одной из актуальных задач остается формирование кластеров, которое является одним из проверенных методов повышения конкурентоспособности экономики Узбекистана. Кластерная организация туристического сектора экономики имеет ряд преимуществ, он действует в системе интересов участников кластера и создает благоприятные условия для устойчивого социально-экономического развития региона.

Внутренняя природа туризма имеет две различные характеристики: с одной стороны, это форма передвижения-путешествия по определенной территории, а с другой стороны, это предмет производства, реализации и потребления туристского продукта, который считается видом экономической деятельности.

В настоящее время апробированный на практике кластер туристско-рекреационной деятельности способен решать следующие важные задачи:

- ✓ эффективное использования туристических ресурсов;
- ✓ формирование современного туристического рынка, увелечение потока иностраных туристов;
- ✓ развитие приоритетных направлений внутреннего и внешнего туризма в регионе;
- ✓ формирование государственной системы управления туристской деятельностью;
- ✓ поддержка различных видов предпринимательской деятельности в сфере;

- ✓ обеспечение интеграции региональной туристической деятельности в национальный и международный туристический рынок, и укрепление международного сотрудничества в этой сфере;
- ✓ привлечение внебюджетных средств на строительство и ремонт туристических объектов;
- ✓ внедрение современной системы подготовки и повышения квалификации туристских кадров;
- ✓ расширение масштабов научных исследований в сфере туризма с учетом региональных особенностей.

Деятельность туристско-рекреационного кластера формируется на основе определенной модели или образца, и в такой модели, прежде всего, учитываются особенности туризма в данной местности. Модель учитывает взаимозависимость и взаимодополняемость элементов, необходимых для использования имеющихся ресурсов, их долю в создании конкурентоспособных видов услуг.

В научных работах, посвященных кластерному процессу развития туризма в нашей стране и за рубежом, некоторые авторы исследовали это направление только в рамках деятельности системы туристского предпринимательства. В таких случаях не отражаются процесс глобализации и его многообразие, влияющее на региональную кластеризацию. В этих процессах важную роль играют и другие смежные отрасли экономики, в том числе некоммерческий сектор домохозяйств.

Туристско-рекреационный кластер региона позволяет повысить эффективность деятельности входящих в него субъектов предприни-мательства. Для этих субъектов повысятся возможности обмена информацией и внедрения инноваций, облегчится вопрос координации совместных действий, появится возможность совместного использования объектов инфраструктуры, обслуживающих туристов.

Подготовка кадров в образовательных структурах, сравнение результатов деятельности конкурирующих хозяйствующих субъектов друг с другом становится реальностью. В сфере

деятельности туристско-рекреационного кластера в регионе имеются трудовые ресурсы необходимой квалификации и навыков, созданы благоприятные условия для возникновения новых структур, связанных с инвестиционной деятельностью участников кластера и специфическим порядком налогообложения в рамках рамки экономического управления.

Формирование туристских кластеров в регионах Узбекистана будет способствовать открытию новых туристических компаний и дальнейшей активизации существующих при полном использовании туристско-рекреационных ресурсов, станет основой для создания новых видов турпродукта. Для обеспечения успешной работы кластера в регионе должна быть создана соответствующая бизнес-среда, и эта среда определяется наличием различных внешних факторов.

Административная среда будет иметь важное значение в развитии туристско-рекреационного кластера. Подъем туристической сферы на уровень государственной политики, принятие законов и постановлений свидетельствуют о том, что данная отрасль в нашей стране пользуется полной поддержкой.

Деятельность остальных смежных отраслей, связанная с туризмом, будет стимулировать широкое развитие кластера. Кластер может существовать и без этих видов предприятия, но их участие позволяет развивать и маленький бизнес в туризме. Таким образом, анализ создает возможность участия в деятельности смежных предприятий и формирования кластеров, в развитии перспективных видов туризма.

Ключевые слова и фразы: классификация сферы туризма, въездной выездной туризм, международный туризм, оздоровительно-лечебный туризм, экотуризм, сафари-тур, общественный туризм, религиозный туризм, активный и пассивный туризм.

Вопросы для самостоятельной работы

1. По каким признакам классифицируется туристская сфера?

2. Всемирная туристская организация для координации рынка туристических услуг какое соотношение туристов рекомендует?
3. В особенностьях **п**о способу передвижения какие виды туризма входить?
4. Какие виды туризма включают в активный и пассивный туризм?
5. Кластер туристско-рекреационной деятельности какие важные задачи способен решать?
6. Что даст формирование туристских кластеров в регионах Узбекистана?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Подготовить презентацию по способу передвижения и по средствам размещения в классификации туристской отрасли. Определите виды туризма по количеству участников туристической сферы

Тестовые вопросы:

1. Какое из следующих определений представляет собой понятие «внутренний туризм»?

а) проезд граждан, постоянно проживающих в Республике Узбекистан, по территории Узбекистана;

б) поездка гражданина одной страны в другую страну;

г) приезда гражданина страны для поездки в страну, где нет резидентов;

д) посещение дальних родственников и лечение с целью восстановления здоровья.

2. Какой ответ правильно определяет международный туризм?

а) выезд лица за пределы страны постоянного проживания в туристических целях;

б) организация мероприятий, направленных на ознакомление путешественников с туристическими ресурсами в стране временного пребывания, не включающими услуги по размещению;

г) гражданам, постоянно проживающим в границах своей страны, рекомендуется выезжать с туристическими целями в место временного посещения (без оплачиваемой деятельности);

д) выезд в туристических целях за пределы страны постоянного проживания, при котором деятельность не оплачивается по месту временного прибытия.

3. Какой ответ правильно определяет въездной туризм?

а) проезд граждан, не проживающих постоянно в Республике Узбекистан, по территории Узбекистана;

б) организация мероприятий, направленных на ознакомление путеше-ственников с туристическими ресурсами в стране временного пребывания, не включающими услуги по размещению;

г) выезд физических лиц из места постоянного проживания на срок не более 12 месяцев без занятия оплачиваемой деятельностью в месте назначения на лечение, учебу, работу или иные цели;

д) выезд в туристических целях за пределы страны постоянного проживания, при котором деятельность не оплачивается по месту временного прибытия.

4. Выберите строку, которая правильно определяет выездной туризм.

а) выезд граждан, постоянно проживающих в Республике Узбекистан, в другие страны;

б) деятельностью считаются визиты и поездки непостоянных лиц на территорию другой страны в целях неоплачиваемого туризма;

г) организация мероприятий, направленных на ознакомление путешественников с туристскими ресурсами в стране временного пребывания, не включающими услуги по размещению;

д) выезд физических лиц из места постоянного проживания на срок не более 12 месяцев без занятия вознаграждаемой деятельностью в месте назначения на лечение, учебу, работу или иные цели.

5. Социальный туризм – это…

а) проезд за счет средств, выделяемых на социальные нужды из различных финансовых источников;

б) основной целью визита за границу является приобретение товаров народного потребления для перепродажи;

г) является своеобразным отдыхом, привлекающим туристов не только предоставлением для них привлекательных мест, но и занятием странными, необычными занятиями;

д) вид туризма – посещение родственников, мест рождения и родственников.

ТЕМА 4. РЕСУРСЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА

4.1. Сущность туристских ресурсов

Ресурсы туристической сферы являются национальным богатством каждой страны и считаются государственной собственностью. Поэтому некоторые из них считаются объектами и памятниками мирового значения и включены в список «Всемирного наследия» ЮНЕСКО. Такой список ежегодно изучается и обновляется ЮНЕСКО, данные памятники природы, истории и культуры, входящие в список, находятся под охраной государства. Сегодня 4 города и более 31 исторический памятник Узбекистана включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Сегодня Узбекистан обладает огромным потенциалом туристских ресурсов, на его территории находится более 8000 историко-архитектурных памятников и прекрасных природно-климатических ресурсов. Из общего количества туристско-рекреационных объектов в нашей стране 144 расположены в Ташкенте, 118 – в Самарканде, 201 – в Бухаре и 310 – в Хиве, и мы видим, что туристические компании, использующие эти туристические объекты, расположены преимущественно в центральных регионах. Но к сожелению сегодня только 3/1 этих туристских ресурсов используются для развития туризма, а остальные требуют формирования туристской инфраструктуры и разработки новых туристических продуктов.

В настоящее время туристическая отрасль, как и многие отрасли, быстро развивается. Туристический бизнес не может быть сформирован только за счет существующих инвестиций, технологий и квалифицированной рабочей силы. Для этого, прежде всего, необходимо эффективное исполь-зование туристских ресурсов.

Эксперты определили туристские ресурсы следующим образом: **туристские ресурсы –** это природные, исторические, социокультурные и другие объекты, привлекающие туристов к

путешествиям, восстанав-ливающие физические, психологические силы человека и удовлетворяющие потребности туриста.

Ресурсы туристской сферы состоят из совокупности объектов или явлений природно-климатического, социокультурного, исторического, архитектурного, научного и сервисного характера, способных удовлетворить потребности человека в целях туризма.

Сущность туристских ресурсов состоит в том, что они служат основой формирования туристского продукта. Туристские ресурсы используются в оздоровительных, туристических, спортивных и ознакомительных целях. Кроме того, туристские ресурсы условно можно разделить на две группы: **природные и инфраструктурные.**

Вышеуказанные две группы также имеют большое значение в развитии туристического бизнеса. Любой высокий туристско-ресурсный потенциал не может быть использован без коммуникаций, средств связи и услуг. Комплекс существующих туристских ресурсов можно разделить на природно-клима-тические, культурно-исторические, социально-экономические, информационные ресурсы.

Туристские ресурсы рассматриваются как динамичный, т. е. изменя-ющийся социально-экономический процесс, поэтому проводимые туристскими организациями реформы обеспечивают им новые качественные изменения, в результате чего появляются возможности для занятия новыми видами туристской деятельности. Появление новых видов отдыха приводит к привлечению все новых туристских ресурсов.

Высокий уровень динамичности туристской деятельности объясняется многими причинами: среди них популяризация того или иного вида отдыха или его модернизация, природные ландшафты, памятники истории и культуры, изменения в экономической, социальной и культурной жизни людей. Например, с развитием экотуризма в регионе неосвоенные территории осваиваются и превращаются в привлекательные места для туристов. С другой стороны, многие посетители проводят свое

свободное время, занимаясь природоохранной деятельностью в районах с плохой экологической ситуацией.

Целью своих визитов они выбирают крупные промышленные территории, другие выбирают опасные для природы объекты и организуют там различные мероприятия: массовые протесты или выступают за сокращение количества мусора, выбрасываемого туристами в лесах и т.п. Таким образом, как бы ни звучала эта ситуация, экологически опасные объекты в ряде случаев выступают в роли туристских ресурсов.

4.2. Группы туристских ресурсов

Природные туристские ресурсы. Основное значение природных туристских ресурсов состоит в том, что они служат инструментом восстановления физических и умственных способностей людей. Туристы удовлетворяют свои основные потребности за счет природы. Ландшафты, климат, водоемы, горы, моря, минеральные воды и целебные болота являются основными ресурсами в организации туристской деятельности.

Эти ресурсы можно оценить по географическим, биологическим, геологическим и другим аспектам. Для организации отдыха необходим анализ природных туристских ресурсов. В качестве природных ресурсов могут быть взяты отдельные природные компоненты или целые природные комплексы.

Все природные ресурсы следует рассматривать с точки зрения рекреационного или туристического потенциала. Существует классификация природных туристских ресурсов, которая имеет два аспекта: первый аспект – по природному происхождению, а второй аспект - связанному с экономической значимостью для туризма. Природные ресурсы сгруппированы по следующим признакам.

По происхождению:

• природные (геологические, климатические, гидрологические, термальные воды);

• биологические – живая природа (почвенные ресурсы, флора, фауна);

• энергоинформационные, использование природы как уникального пространства и ландшафта, и эти ресурсы служат основой для развития культурного и паломнического туризма.

По типу рекреационного использования:

• минеральные воды;

• болота;

• соли;

• леса;

• речные берега;

• родники;

• красивые места на природе.

По уровню непрерывности ресурсов:

• исчерпаемые природные ресурсы, которые, в свою очередь, делятся на возобновляемые (пресная вода, флора и фауна) и невозобновляемые (полезные ископаемые);

• неисчерпаемые природные ресурсы, включая солнечную энергию, ветер, морские волны, воду.

По возможности саморегенерации и роста:

• возобновляемые ресурсы, такие как леса, восстанавливаются в среднем за 20-30 лет;

• невозобновляемые ресурсы.

Среди природных туристских ресурсов основное место занимают рекреационные ресурсы, служащие для отдыха и лечения жителей страны и туристов. В результате анализа различных трактовок **понятия «рекреация»** мы можем понимать под ним восстановление здоровья и трудовых сил посредством отдыха вне дома, например, на природе, в туристических поездках, в санаториях, здравницах.

Ряд проблем возникает и в результате прямого использования природных ресурсов. Это связано с неправильным природопользованием, осуществлением множества

незапланированных построек. В результате баланс системы нарушается, вызывая экологические проблемы.

Культурно-исторические ресурсы. В развитии туризма на определенной территории-дистенации главное место занимает потенциал культурно-исторических ресурсов этого места. Культурно-исторические ресурсы могут использоваться для многих целей в туристском обслуживании. Привлека-тельность культурных комплексов зависит от удобства их историко-визуальной оценки. Интенсивное использование имеющихся ресурсов в туристической деятельности, то есть в результате увеличения антропогенной нагрузки, приводит к загрязнению природных туристских ресурсов и быстрому разрушению исторических памятников.

Культурно-исторические ресурсы, комплекс различных материальных и культурных памятников являются объектами туристского интереса. Богатство архитектурных памятников региона является причиной развития туризма. Но через мерное увеличение туристического потока также может вызвать некоторые проблемы. Сохранять культурно-исторические ресурсы в целях туризма предлагается следующим образом:

. восстановление существующих исторических мест, зданий и памятников как туристических объектов;

• активизация охраны природных ресурсов;

• повысить ответственность управляющих организаций за сохранение и улучшение окружающей среды в целях удовлетворения туристических потребностей.

Среди туристских ресурсов главное место занимают объекты культуры и памятники мирового значения. «Культурный объект» означает следующее:

. памятники: архитектурные сооружения, места археологического значения, пещеры научного, культурного и исторического значения, исторические надписи;

• ансамбли: группа взаимосвязанных зданий, имеющих научное, культурное или историческое значение. Например, Регистан, Шахизинда, ансамбль Хазрат Имам;

• особые места эстетического, этнографического, исторического значения, созданные человеком или природой.

Учитываются следующие особенности объектов, подлежащих включению в список Всемирного культурного наследия:

. уникальные примеры человеческого творчества;

• выдающиеся культурные, архитектурные объекты и территории особой значимости культурных ландшафтов;

• уникальные образцы и конструкции современной цивилизации;

• здания или архитектурные ансамбли, ландшафты, связанные с историей человечества.

К особенностям объектов, вошедшим в мировой список уникальных видов природы, также относятся следующие:

• памятники, образовавшиеся на основе геолого-геоморфологических процессов формирования земного слоя;

• различные уникальные экосистемы, ландшафты;

• уникальные растения и животные определенного региона;

• редкие биологические виды.

Социально-экономические туристские ресурсы. Туризм – специализированный вид деятельности, связанный со многими отраслями экономики, от строительства до транспортных услуг. Кроме того, он развивается во взаимодействии с предприятиями сельского хозяйства, автотранспорта, обрабатывающими предприятиями, предприятиями по производству мебели и т. д.

Трудовые ресурсы. Физический и умственный труд людей используется при формирование туристской продукции. Главное место при этом занимают здоровье и физическая сила, образование и навыки людей. Большое значение как экономический фактор имеет количество и квалификация трудовых ресурсов. В настоящее время одно из каждых 7 рабочих мест, созданных в мире, относится к туристическому бизнесу. В ближайшие десять лет индустрия

туризма останется основным источником создания новых рабочих мест в странах Европы, а также в ряде других стран.

Туризм является одной из отраслей мировой экономики, требующей больших трудовых ресурсов. Одной из характеристик рабочей силы в сфере туризма является то, что 70% из них неквалифицированные. Более половины из них- женщины. Кроме того, в туристической отрасли широко задействована молодежь и иностранная рабочая сила. Каждый третий подросток в возрасте от 16 до 21 года в странах ЕС работает в сфере туризма.

Международная организация труда делит занятость в сфере туризма на три основные формы:

1. Сезонная работа, преимущественно в туристический сезон, количество туристов увеличивается в несколько раз, поэтому увеличивается потребность в дополнительной рабочей силе.

2. К неполной занятости в основном относится занятая рабочая сила в гостиничном и ресторанном бизнесе развитых стран.

3. Совместители в разных странах составляют от 12 до 52 процентов рабочей силы, занятой во всем гостиничном бизнесе.

4. Временная занятость (выходные дни, организация выставок).

Первичным фактором производства являются основные средства ресурсов, к которым относятся различные средства и оборудование, которые используются в процессе труда. Классификация элементов основных средств определена специалистами следующим образом:

• основные здания: гостиницы, бар, ресторан, клуб и т.д.;

• вспомогательные постройки: гараж, система отопления и т.д.;

• объекты и оборудование: дороги, туристические поезда, спортивные площадки и т.п.;

• устройства связи: электропровода, трубы и т.п.;

• машины и оборудование: трансформатор, компьютер и т.д.;

• транспортные средства: автомобиль, автобус и т. д.

Туристские информационные ресурсы. Туристские информационные ресурсы – это совокупность сведений об

определенной местности, объекте, которая предоставляется туристам исходя из их потребностей во время путешествия или при подготовке к нему.

Специалисты добавляют в туристско-информационные ресурсы информацию об исторических и научных объектах, расположенных на туристском маршруте. Кроме того, возможно включение городов, деревень, природных ландшафтов, связанных с ними легенд и рассказов, различной литературы, карт, фотоальбомов, картинок, аудио-видеопродукции.

Во многих городах есть туристические информационные центры. Они доставляют всю необходимую информацию потребителям. Вообще, сейчас информация – это самое главное для туриста. Ведь чем больше турист знает о пункте назначения, тем эффективнее будет его поездка. Конечно, любой турист старается посетить как можно больше мест за определенный промежуток времени. Для этого у него должно быть достаточно информации и данных.

Ресурсы инфраструктуры включают следующие группы: транспорт, система размещения, система общественного питания, система производства сувениров. В настоящее время невозможно видеть развитие туризма без ускорения развития туристической инфраструктуры. Потому что роль этих ресурсов в эффективном использовании существующих туристических ресурсов чрезвычайно важна.

Туристские ресурсы и туристическая акватория. Туристская территория или акватория - туристский ресурс, объект туристской потребности, выявленный в туристском регионе, и состоит из проявления в определенном географическом месте комплексных туристских ресурсов, которые используются в туристических целях, с регистрацией в реестрах и кадастрах. и др. Участок может находиться на суше или под землей. Площадь на суше, над землей, дальнейших пояснений не требует.

Подземная территория служит ресурсом для любителей спелеологического туризма в горнодобывающей промышленности соответственно. Например, туристы посещают золотые прииски и алмазные рудники в Йоханнесбурге (ЮАR). Некоторые шахты используются не только для осмотра достопримечательностей, но и для лечения в уникальном климате, созданном природой под землей. Примером может служить участок Бад-Гаштой на старом золотом руднике в Альпах (вдыхание радиона при высоких температурах и высокой влажности).

Посещение пещер – один из самых распространенных видов спелеологического туризма и экскурсий, только в Греции насчитывается около 3500 пещер, которые туристы могут посетить. Огромные пещеры существуют не только в Мексике, США, ЮАР, России и других странах, но и в нашей стране. Сегодня в горных хребтах и регионах Республики Узбекистан насчитывается более 400 пещер разного типа и конкретного периода.

Акватория является важным туристическим ресурсом. Вода необходима человеку как средство существования и поэтому очень интересна в качестве объекта путешествия. В мире около 50 миллионов любителей подводного туризма, которые погружаются на небольшую глубину с маской и до 70 метров с аквалангом. Большой Барьерный риф является национальным достоянием Австралии и объявлен аквапарком мирового класса.

Второй небольшой Барер-риф расположен у берегов Белиза и представляет собой настоящий рай для любителей подводного мира и подводных искателей приключений. Красное море открывает безграничные возможности для аквалангистов и является неотъемлемой частью отдыха курортников.

Поиски древних подводных сокровищ, поиск затонувших кораблей с золотом – это сегодня особый вид туризма. Страны Средиземноморья, такие как Греция, Кипр, Италия и Турция, активно и разумно используют свои подводные сокровища. Для наблюдения за подводной фауной и коралловыми рифами

используются туристические субмарины, которые имеются практически во всех приморских туристических центрах.

Специальные туристические подводные лодки имеются на Бермудских, Канарских островах, в Красном море, на Болеарских островах и на курортном побережье испанского побережья Коста-Браво. Поиск затонувших кораблей — популярный вид приключенческого туризма.

Древние и уникальные культурные сооружения, пирамиды, мавзолеи, статуи, храмовые архитектурные ансамбли, сады, музейные коллекции, современные сооружения – небоскребы, плотины и другие гидротехнические сооружения, и объекты являются важными туристическими ресурсами.

Как ни удивительно, но кладбища, привлекавшие туристов всех возрастов, и тысячи пирамид, построенных в Египте, широко используются в сфере туризма. Список «Семи чудес света»: Пирамида Хеопса, Висячие сады Семирамиды, Статуя Зевса в Олимпии, Храм Артемиды Эфесской, Мавзолей в Галикарнасе, Колосс Родосский, Александрийский маяк составил грек Антипар Сидонский архитектор, живший во втором веке до нашей эры.

Сегодня, по оценкам экспертов ЮНЕСКО, в мире насчитывается более 800 памятников, достойных называться чудесами мира.

В 2007 году по инициативе швейцарского кинорежиссера Бернара Вебера был проведен телефонный и интернет-опрос с целью выявления новых семи чудес света. На этот опрос откликнулись более 100 миллионов человек из разных стран планеты. Результаты голосования были объявлены 7 июля 2007 года в 7:00 в Лиссабоне, Португалия, на стадионе с более чем 50 000 зрителями.



Рисунок 4.2.1. Новые семь чудес света

В него вошли следующие исторические памятники: Великая Китайская стена, статуя Иисуса Христа в Рио-де-Жанейро, каменный город Ай-Петри (Петра), каменный город инков в Мачу-Пикчу, храм майя в Чечено-Ингушетии, Римский Колизей и Тадж-Махал.

Таблица 4.2.1

Классификация туристских ресурсов

№	Классифицируемые аспекты	Виды классифицируемых аспектов
1.	**Природно-климатические условия**	Горы, ландшафты, пустыни, моря, озера, реки, оазисы, леса, парки, аллеи.
		*1.**по форме***: природные (геологические, климати-ческие, гидрологические, термальные воды);

		•биологические-живая природа (почвен-ные ресурсы, флора, фауна); •энергоинформационные, использование природы как уникального пространства и ландшафта, и эти ресурсы служат основой для развития культурного и паломни-ческого туризма.
		По типу рекреационного использо-вания: • минеральные воды; • болота; • соли; • леса; • речные берега; • родники; • красивые места на природе.
		По уровню непрерывности ресурсов: • исчерпаемые природные ресурсы, которые, в свою очередь, делятся на возобновляемые (пресная вода, флора и фауна) и не возобновляемые (полезные ископаемые); • неисчерпаемые природные ресурсы, включая солнечную энергию, ветер, морские волны, воду.
		По возможности саморегенерации и роста: • возобновляемые ресурсы, такие как леса, восстанавливаются в среднем за 20-30 лет; • невозобновляемые ресурсы.
2.	**Культурно-исторические объекты**	**.** памятники: архитектурные сооружения, места археологического значения, пещеры научного, культурного и исторического значения, исторические надписи; • ансамбли: группа взаимосвязанных зданий, имеющих научное, культурное или историческое значение. Например, Регистан, Шахизинда, ансамбль Хазрат Имам; •особые места эстетического, этнографического, исторического значения, созданные человеком или природой.
		• Национальные праздники, фестивали и симпозиумы; • святые места;

3.	**Социально-экономические факторы**	1. Трудовые ресурсы. 2. Ресурсы основных средств. 3. Секторы экономики 4. Инфраструктура.	
4.	**Туристские информационные ресурсы**	1. Интернет. 2 Художественные издания. 3. Носители информации. 4. Различные источники информации.	
5.	**Объекты, находящиеся под охраной ЮНЕСКО**	1.Всемирно известные памятники. 2. Природные среды обитания. 3. Сохранение и использование материального и нематериального культурного наследия.	
6.	**Чудеса света**	1.Пирамида Хеоп-са 2.Висячие сады Семирамиды 3.Статуя Зевса в Олимпии. 4.Храм Артемиды Эфесской 5.Мавзолей в Галикарнасе 6. Колосс Родосский 7. Александрийский маяк	***Новые семь чудес света.*** 1.Великая Китайская стена 2.Статуя Иисуса Христа в Рио-де-Жанейро 3.Каменный город Ай-Петри (Петра) 4.Каменный город инков в Мачу-Пикчу 5.Храм майя в Чечено-Ингушетии 5. Римский Колизей 6.Тадж-Махал в Индии

Ключевые слова и фразы: туристские ресурсы, природные туристские ресурсы, культурно-исторические ресурсы, классификация туристических ресурсов, туристские информационные ресурсы, туристический интерес и туристское впечатление, социально-экономические туристские ресурсы, туристическая акватория, объекты, охраняемые ЮНЕСКО, новые чудеса света.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Что означает понятие туристские ресурсы?

2. Что такое природные туристские ресурсы?
3. Каковы культурные и исторические ресурсы туризма?
4. Каковы социально-экономические ресурсы туризма?
5. Какова связь туристического интереса и туристского впечатления с туристскими ресурсами?
6. Что представляет собой классификация туристских ресурсов?

Задания для подготовки к практическим занятиям:

1. Проанализировать существующие исторические, культурные, археологические ресурсы с целью подготовки презентации о туристских ресурсах, расположенных на территории Узбекистана.

2. Собрать подробную информацию о туристических объектах «семи чудес света», составленного греческим архитектором Антипаром Сидонским, а также об объектах новых семи чудес света и подготовить презентацию.

Тестовые вопросы:

1. Выберите строку, которая правильно описывает туристские ресурсы:

а) относится к природным, историческим, социально-культурным и иным объектам, представляющим интерес для туристов и способным удовлетворить потребности восстановления и развития физических, психических сил человека;

б) комплекс уникальных памятников истории и архитектуры, созданных человеком;

г) ресурсы, связанные с народной жизнью, обычаями и празднованием национальных праздников;

д) использование уникальных произведений, созданных человеком, в целях туризма.

2. Как природные туристические ресурсы группируются по происхождению?

а) природные (геологические, климатические, гидрологические, термальные воды);

б) минеральные воды;

г) болота;

д) соли.

3.Как природные ресурсы группируются по рекреационному использованию?

а) минеральные воды, болота, солончаки, леса;

б) исчерпаемые природные ресурсы, которые в свою очередь делятся на возобновляемые (пресная вода, флора и фауна) и невозобновляемые (полезные ископаемые);

г) энергоинформационные, использование природы как уникального пространства и ландшафта, и эти ресурсы служат основой развития культурного и паломнического туризма;

д) невозобновляемые ресурсы.

4. Как ресурсы группируются по степени продолжительности?

а) неисчерпаемые природные ресурсы, исчерпаемые природные ресурсы;

б) минеральные воды, болота, соли, леса и т. д.;

г) невозобновляемые ресурсы;

д) природные (геологические, климатические, гидрологические, термальные воды); биологические – живая природа (почвенные ресурсы, флора, фауна); энергоинформативные.

5. Найдите ответ, который правильно определяет понятие туристической зоны или акватории.

а) это ценные туристские ресурсы состоят из появления комплексных туристских ресурсов в определенном географическом месте с регистрацией объектов туристской потребности в туристском регионе в реестрах, кадастрах и других документах и их использованием в туристических целях;

б) потенциал культурно-исторических ресурсов этого места занимает главное место в развитии туризма на определенной территории;

г) основные средства производства считаются первым фактором производства и включают в себя различные помещения,

оборудование, которые используются в процессе трудовой деятельности;

д) туризм – специализированный вид деятельности, включающий многие отрасли экономики, от строительства до транспортных услуг.

ТЕМА 5. ЗНАЧЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДОВ УЗБЕКИСТАНА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

5.1. Исторические города Узбекистана в списке ЮНЕСКО

В Узбекистане множество памятников архитектуры, являющихся частью мирового культурного достояния. Исторические центры городов Хивы, Бухары и Шахрисабза, исторические памятники древнего Самарканда включены в список «Всемирного наследия» ЮНЕСКО (табл. 6.1.1). В 2012 году в основной список «Всемирного наследия» ЮНЕСКО было включено 962 объекта мира, 4 из них – исторические города Узбекистана, что составляет 0,4% от общего количества.

Таблица 5.1.1

Исторические города Узбекистана, находящиеся в списке ЮНЕСКО

№	Название	расположение	Дата возникновения	Дата внесения в список ЮНЕСКО	№	Критерии
1	Ичан Кала	Хорезмская область	Приблизительно XIV век	1990	№ 543	III, IV, V
2	Исторический центр г.Бухары	Бухарская область	XII - XVI века	1993	№ 602	II, IV, VI
3	Исторический центр г Шахрисабз	Кашкадарьинская область	XV - XVI века	2000	№ 885	III, IV
4	Самарканд Перекресток культур	Самар-кандская область	XIV - XV века	2001	№ 603	I, II, IV

Такие города, как Самарканд, Бухара, Хива, Шахрисабз, Маргилан, богатые древними памятниками культуры и архитектуры, имеют важное значение для развития туризма в Узбекистане и выводя его на новый уровень. В этих городах находятся древние исторические памятники, которые поражают жителей всего мира. Каждый житель разных стран мира мечтает увидеть эти города своими глазами. Во многих странах Узбекистан славится этими городами.

ТАШКЕНТ – один из крупнейших городов Центральной Азии – столица Республики Узбекистан. Международная исламская организация по образованию, науке и культуре (ИСЕСКО), один из институтов Организации Исламской конференции (ОИК), объявила Ташкент столицей исламской культуры в 2007 году. Столь высокое и гордое звание Ташкент получил за большие заслуги перед исламской культурой и наукой Узбекистана, сохранением и дальнейшим обогащением исламского наследия и памятников



Рисунок 5.1.1. Туристские ресурсы Ташкента

В Ташкенте хранятся Коран Османа и библиотека Беруни, включенные в список «Памятников мировой культуры». Самые ранние сведения о Ташкенте можно найти в древнекитайских летописях II века до нашей эры. В Китае он назывался Юни, а в надписях до нашей эры иранского царя Шапура I местность вокруг

Ташкента называлась Чоч. Чоч был расположен на перекрестке дорог, везущих золото, драгоценные камни, специи и великолепных лошадей из разных стран. Сегодня Ташкент – развитый современный город, напоминающий об исторический прошлый Узбекистан.

В Ташкенте много музеев. Например, в Музее изобразительных искусств собрана самая большая в Центральной Азии коллекция скульптур, картин и поделок В Музее прикладного искусства Узбекистана собрано более 30 тысяч образцов ремесел и национального достояния народа. Государственный музей истории Тимуридов – музей, в котором собраны все образцы истории периода Тимуридов.

Историческая Старая Джува — один из старейших рынков города, где до сих пор можно найти все: от продуктов питания до промышленных товаров. В центре старого города находится замечательный памятник 16 века – медресе Баракхана. Помимо этого, землетрясение 1966 года пережили такие замечательные памятники, как мавзолей Юнусхана и медресе Кокалдош. Ташкентское метро – один из современных архитектурных шедевров мира.

Президент Республики Узбекистан 2 апреля 2008 года принял Указ «О подготовке и праздновании 2200-летия города Ташкента», согласно которому особое внимание было уделено широкому празднованию 2200-летия города Ташкента, ставшего столицей Узбекистана, центром науки и культуры, символом мира и дружбы. По случаю юбилея были отремонтированы многие исторические памятники, построены новые здания, улучшена социальная инфраструктура города.

Основные историко-архитектурные памятники города Ташкента: медресе Кокалдош (XIV век), мавзолей Каффал Шоший (XVI век), архитектурный комплекс Хазрат Имам (XVI век), медресе Абулкасима (XIX век), медресе Баракхана (XVI век), Мечеть Джаме (XIX век), Комплекс Зангиота (XV-XX век), Музей Амира Темура, считающийся шедевром современной архитектуры,

Проспект Амира Темура, Площадь Независимости, Площадь Дружбы народов, Монумент Мужества, Площадь Хастимом, Мечеть Тилла Шейх, Мечеть Хазрат Имам, Площадь Хадра, Мавзолей Суфи-ота и другие.

Ташкентская область имеет огромный туристический потенциал. Например, в регионе созданы естественные условия для развития экстремального и горного туризма: катания на санках, сноуборде, парапланеризма и дельтапланеризма, велоспорта, мотоспорта и других экстремальных видов спорта, а также экологического туризма и агротуризма. В частности, в горах Ташкентской области находится Чарвокское водохранилище, на его берегах расположено множество пансионатов, зон отдыха и детских спортивно-оздоровительных лагерей.

Великолепные западные горы Тангри со множеством пешеходных троп, водопадами, пещерами, оврагами, ореховыми рощами и садами в 2016 году были внесены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Кроме того, национальный парк «Угом-Чоткал» включает 230 видов животных, 1800 видов растений и 4 природных озера (Урунгач, Бодак, Шовури, Ихной).

Принимая это во внимание, Указом Президента Республики Узбекистан в 2017 году в целях дальнейшего развития туристского потенциала Ташкентской области и повышения эффективности его использования создать благоприятные условия для привлечения иностранных и местных туристов в регион. , а также с целью обеспечения быстрого развития современной инфраструктуры, расширения и повышения качества предоставляемых туристических, гостиничных и транспортных услуг решено создать в границах курортно-рекреационной зоны Чимён-Чорвок Ташкентской области свобод-ную туристическую зону «Чорвок».

«Amirsoy Resort» курорт располагается на территории площадью 900 гектаров в одном из красивейших и живописных мест столичной области, на отрогах Чаткальского хребта западной части Тянь-Шаньских гор, всего в 65 километрах от Ташкента. Amirsoy Resort находится в активной фазе строительства и

расширения инфраструктуры, однако на сегодняшний день уже работают и принимают гостей 48 шале в альпийском стиле, SPA комплекс, четыре ресторана национальной и европейской кухни, многофункциональный центр обслуживания, два гондольных, кресельный и ленточный подъемники, прокат квадроциклов и снегоходов, верёвочный парк, бассейн и каток, пикник зоны и медиа-центр, предоставляющий услуги фото и видео съемки.

САМАРКАНД. Самарканд с его прелестями, природой, богатым духовным наследием, уникальной историей и комплексными архитектурными памятниками представляет собой «Сайқали рӯйи заминдир», привлекающий внимание мировой общественности. Славные традиции Согдианского и Туранского государств неразрывно связаны с историей и культурой этого города, где развивались важнейшие этапы мировой цивилизации.

В настоящее время Самарканд как туристические ворота нового Узбекистана. Недаром к Самарканду прикованы взоры видных инвесторов мира, известных бизнесменов и банкиров развитых стран, глав международных организаций, экономистов и политиков, искусствоведов. Это свидетельствует о том, что позиции Самарканда как крупного промышленного, научного и культурного центра Узбекистана возрастают, и что он вносит важный вклад в процветание и развитие страны.



Рисунок 5.1.2. Туристские ресурсы Самарканда

Президент Всемирного банка Джеймс Д. Вулфенсон, когда посетил Самарканд, сказал: «В течение 40 лет я объездил почти весь мир, но такого города, как Самарканд, я никогда и нигде не видел». По словам туристов из Америки, «в мире есть только один Париж и один Самарканд».

По словам одного из популярных французских журналов: «Самарканд становится городом, будоражащим воображение. Если вы закроете глаза и произнесете нежным тоном слово «Самарканд», в вашем воображении возникнет поток прекрасных и волшебных сцен, как в сказках. В этом месте уместно вспомнить такие строки, оставленные на страницах долгой истории: «Этот город и земля вокруг него настолько богаты и процветают, что нельзя не поражаться им. Может быть, поэтому его и назвали «Самаркандия».

Самаркандцы щедры, как их земля, стойки и эмоциональны, как их деды, их история неповторима, они миролюбивы и добры. Их уникальные качества не имеют себе равных, они признаются всеми главами государств, высокопоставленными лицами, представителями науки и культуры, посещающими Узбекистан, и Самарканд почитается как **«Мекка туризма».** Иностранные туристы, которым посчастливилось приехать в Самарканд, чьи мечты сбылись, называют его «городом, открывающим свое лицо всему миру», «городом легенд и сказаний тысячи и одной ночи».

Религиозные люди из разных уголков мира также интересуются «драгоценной жемчужиной мусульманского мира». Для них Самарканд – «город под защитой Бога». Именно так город назывался в средневековых источниках.

Самарканд имеет историю, насчитывающую 2750 лет. Памятники архитектуры, построенные во времена династии Тимуридов, стоят в одном ряду с архитектурными шедеврами Древнего Египта, Китая, Индии, Греции и Рима. Регистан, центр древнего Самарканда, является одним из лучших образцов среднеазиатского творчества XV-XVIII веков.

Площадь с трех сторон окружена медресе Улугбека, Шердора и Тиллакори. В мавзолее Амира Темура (XIV-XV вв.),

расположенном на юге города Самарканда, похоронены представители династии Тимуридов, такие как Амир Темур и Мирза Улугбек. В период Тимуридов Самарканд процветал еще больше.

Каждая улица и водоём в Самарканде имеет свою историю. Комплекс Шахизинда (Живой Шах), считающийся святыней, связан с именем Кусама ибн Аббаса, сына дяди Мухаммада Расулуллы. Хотя обсерватория, построенная Мирзо Улугбеком, была снесена в 1449 году, ее хорошо сохранившуюся подземную часть можно увидеть. В Самарканде также много мест для отдыха. В регионе были обнаружены поселения неандертальцев.

После обретения независимости Узбекистан ввел «политику открытых дверей» и активно вступил в процесс интеграции с мировым сообществом. Ярким примером тому является Самарканд, ставший крупным туристическим центром республики. Развитие туризма обусловлено благоприятным геополитическим положением Узбекистана и Самарканда, его расположением на «Великом шелковом пути», проходящем через Центральноазиатский регион, благоприятными географическими и климатическими условиями, а также наличием специалистов и необходимой правовой базы, которая может послужить развитию этого сектора.

Значение туризма в развитии дружбы, взаимопонимания, мира, сотрудничества и стабильности в стране несравнимо. Все это создает благоприятные возможности для восстановления и развития различных форм туризма, создания услуг на основе международных стандартов, создания национальной модели туризма с учетом местных особенностей.

7 июля 2014 года известное американское издание Thye Huffington Post опубликовало список «50 городов мира, которые обязательно нужно посетить». В число самых известных городов мира входит «Жемчужина Востока» – Самарканд. Как отмечается в рейтинге данного издания, "медресе и узоры в старинных зданиях на площади Регистан превратили Самарканд, древний город

Великого Шелкового пути, в один из красивейших образцов мировой исламской архитектуры".

Рейтинг составлен изданием Thye Huffington Post в сотрудничестве с туристическим сообществом minube.net. Цель состоит в том, чтобы «найти лучшие места в мире, от великих старых столиц до Азии, Америки и за их пределами». По мнению авторов рейтинга, 50 городов мира включены в список мест, которые каждый человек должен посетить в своей жизни. Самарканд – единственный город, вошедший в этот престижный список среди городов стран СНГ.

В туристической зоне «Самарканд сити» продолжается строительство современных гостиниц, коттеджей, культурно-оздоровительных и развлекательно-торговых центров, обеспечивающих комфортные условия и предоставление различных услуг для отдыха туристов днем и ночью. В городе Самарканде на территории 17 га воссоздан настоящий древний город, где гости комплекса **Silk Road Samarkand** смогут прикоснуться к истории и традициям земель и народов Узбекистана. На узких улочках разместились лавки художников, ремесленников и мастеров прикладного искусства. Прототипами павильонов в «Вечном городе» послужили реальные дома и живописные площади, описанные в старинных книгах. Здесь можно окунутся в атмосферу прекрасной восточной сказки- с бирюзовыми куполами, мозаикой на стенах дворцов и минаретами до небес.

В комплексе Silk Road Samarkand просторный конгресс-центр с функциональной площадью 18 тыс. кв.м представляет собой здание в восточном стиле с большими панорамными окнами по всему периметру. Высокотехнологичная площадка, оснащенная современным оборудованием, предназначена для проведения международных конгрессов, конференций, симпозиумов, выставок, презентаций, шоу и банкетов.

Также следует отметить, что на основе опыта туристических зон в городах Бухара и Самарканд создаются туристические зоны в

городах Ургенч, Ташкент и Ферганской области, а также горные кластеры в Бостанлыкском районе Ташкентской области.

Основные исторические и архитектурные памятники Самарканда: Афросиаб (V111век до.н.э.), обсерватория Мирзо Улугбека (1428 год), архитектурный комплекс Шахи Зинда, мечеть Хазрат Хизр (середина 19 века), мечеть Бибиханим (1399 год), медресе Улугбека (1417 год), Медресе Шердар (1619 г.), медресе Тиллакори (1647 г.), рынок Чорсу (конец 18 века), мавзолей Рухабад (1380 год), мавзолей Аксарой (1470 год), мавзолей Амира Темура (1404 год), мечеть Намазгох (XVIII век), мавзолей Ишратхана (1464 год).), комплекс Ходжа Ахрора (XV-XX вв.), мавзолей Чупан-Ота (1430 г.), кладбище Ходжа Абду Дарун (XV вв.), мемориальный комплекс Имама Бухари (IX-XX вв.) и другие.

БУХАРА: Слово «Бухара» означает «Молитва» на санскрите и «Красота Бога» на согдийском языке. Бухара считалась крупным торговым центром Великого Шелкового пути. Бухара – «город-музей» с более чем 140 памятниками архитектуры Средневековья. Многие памятники, такие как Пои Калон, Кошмедресе, Минарай Калон, мавзолей Исмаила Сомони, были построены тысячи лет назад и до сих пор привлекают посетителей. Популярность Бухары была отмечена такими личностями, как Имам Бухари, Наршахи, Рудаки, Дакики, Абу Али ибн Сина и Бахауддин Накшбанд.

В исламском мире к названию Бухары добавлялся суффикс «шариф», что означает «святой». В X веке Бухара была крупнейшим научным и культурным центром. Памятниками этого периода являются Магоки Аттори, мечеть Намазгох, Чашмаи Аюб и т. д. Ситораи Мохи-Хоса – летний дворец последнего бухарского эмира, один из самых ярких образцов роскошной архитектуры. Особыми достопримечательностями города являются Лабиховуз (XVI-XVII вв.), статуя Ходжи Насриддина, медресе Надира Девонбеги, дом Девонбеги, медресе Кокалдош (построенное Абдулла-ханом).

Мавзолей Исмаила Сомони – старейшее, хорошо сохранившееся здание города, имеющее элегантную архитектуру. Ансамбль Пойи Калон (XII-IV вв.) расположен в центре города.

Отсюда можно дойти до Арка и Чорминора. Множество красочных картин, изображающих сражения и охотничьи обряды, ценные предметы были найдены в развалинах Варахши вокруг города и переданы в музеи. Знаменитые бухарские Каракули признаны на международном рынке. Также Бухара считается родиной ювелирного искусства.

Основные историко-архитектурные памятники Бухары: Арк (11 век), комплекс Болоховуз (18 век), мавзолей Исмаила Сомони (9 век), Чашмаи-Аюб (1380 г.), медресе Абдулла-хана (1596 г.), медресе Модари-хана (1556 г.).), мечеть Баланд (начало 16 века), комплекс Гавкушан (мечеть, минарет, медресе) (16 век), дом Зайниддина Ходжи (1555 год), комплекс Пойи Калон (12 век), комплекс Лабиховуз (16 век), медресе Кокалдош (1568 г.), дом Надира Девонбеги (1620 г.), медресе Улугбека (1417 г.), медресе Абдулазизхана (1652 г.), мечеть Болоховуз (1712 г.),Мавзолей Сайфиддина Бохарзи (вторая половина 13 века), мавзолей Байонкулихон (вторая половина 14 века), мечеть Намазгох (12 век), Файзабад Ханако (1598 г.), медресе Чорминор (1807 г.), летний дворец Ситараи Мохи-Хоса Бухарский Амир (конец 19 века), комплекс Чор-Бакр - кладбище Ходжабора Ходжаса (1560 г.) и др.



Рисунок 5.1.3.Туристские ресурсы Бухары

На основании Постановления Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускоренному развитию туристических возможностей города Бухары и Бухарской области в 2017-2019 годах» создана свободная туристическая зона (СТЗ) под названием «Вечная Бухара» площадью не менее 10 гектаров.

В целях создания полноценного отдыха иностранных туристов на территории СТЗ расположены отели, развлекательные и торговые объекты с различным уровнем обслуживания, в частности, амфитеатр на 500 человек, боулинг-клубы, танцевальные площадки и караоке, всемирно известные национальные кухни, планируется строительство баров, кафе, ресторанов, магазинов сувениров и другой продукции.

В исторической части города Бухары (в районе рынка «Шахристан») создан зал ремесленников, состоящий из двухэтажных домов, и крытый рынок. Также на этой территории откроются традиционные мастерские, магазины по продаже национальных сувениров, украшений, книг, фруктов и овощей, сладостей и других товаров, привлекающих туристов.

Сегодня в мире действуют более 7000 свободных туристических зон. Они направлены на различные направления туризма, а также в экономическую сферу. Туристические зоны обычно создаются на территориях с высоким природным, культурным и историческим потенциалом.

ХИВА: Хива – город со множеством архитектурных памятников, сохраняющий дух древнего Востока в Ичан-Кале. Архитектурные памятники Хивы в основном состоят из медресе, мечетей и минаретов: Мавзолей Пахлавона Махмуда (1835 г.), Медресе Мухаммада Аминхана (1850-1855 гг.), Древний Ковчег, Каменный двор, Караван-сарай Оллокулихан (1855 г.). Можно выделить Кальта-Минар (1835 г.) с яркими украшениями и мечети Джума с 218 узорчатыми колоннами. Замок Ичан со стеной длиной 2,5 километра состоит из Отадарвозы, Севера, Востока, Юга, Бухары и Тошдарвозы. Здесь имеется более 40 скважин.



Рисунок 5.1.4. Туристские ресурсы Хивы

Основные исторические и архитектурные памятники Хивы: замок Ичан- Кала, мечеть и медресе Саидбой (начало 18 века), окрестности Полвон Дарвазы, медресе Оллокулихана (1834 года), медресе Кутлугмурад-Инок (1804 года), Оллокулихана Тими и Караван-сарай (19 век).), Медресе Абдулла-хана (1865 г.), Мечеть Ануша-хана и Харам (1657 г.), Каменный двор (Дворец Оллокули-хана) (1830 г.), Акмасджид (1832 г.), Мечеть и башня Джума (1788 г.), Мавзолей Саид Оловуддина (XIV век). , медресе Мухаммад Амин-хана (1851 г.), Калтаминор (1855 г.), Старая арка (1868 г.), Башня Торамурод (1888 г.), медресе Шернийез-хана (1718 г.), мечеть Борланди (XIX век), медресе Арабхана (1838 г.) и другие.

ШАХРИСАБЗ: Город Шахрисабз, окруженный садами и виноградниками, был центром ремесел. Первые поселения в Шахрисабзе были основаны в V-VI веках, а к IX-X векам он стал крупным центром торговли и ремесел, а после того, как Амир Темур обнес его стеной, стал городом культуры и науки. Город Карши образовался на основе караванных путей из Самарканда и Бухары в Афганистан и Индию. В городе Карши имеется несколько памятников архитектуры.

Основные историко-архитектурные памятники Кашкадарьинской области: Аксарай в Шахрисабзе (1380 г.), комплекс Дорус-Саодат (XIV век), мечеть Хазрат Имам (XIV век), мавзолей

Джахангира (XIV век), архитектурный комплекс Дар-ут-Тиловат, Кокгумбаз. мечеть (1435 г.), Гомбази Сайдон (15 век), гробница Шамсиддина Кулола, принадлежащего династии Тимуридов (15 век) и другие.



Рисунок 5.1.5. Туристские ресурсы Шахрисабза

Мечеть Кокгумбаз (1463 г.), построенная Мирзо Улугбеком в городе Карши, мечеть Джоме, Курганча с башнями (19-20 вв.), медресе Ходжи Абдулазиза (20 в.), медресе Кыличбой (1714 г.), Захкок-Морон руины города (1 в. до н.э. - 5 в. н.э.) и древний мост через реку Кашкадарья. В городе есть Краеведческий музей. В 1975 году на юго-западе Хисарских гор был создан Кызылсойский заповедник. Здесь можно встретить редких животных, таких как рысь, медведь, снежный барс.

5.2. Области Узбекистана с памятниками истории, культуры и архитектуры

Как говорилось в выступлении Первого Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на церемонии открытия 99-й сессии Исполнительного совета Всемирной туристской организации ООН, «...когда мы говорим об огромном туристическом потенциале Узбекистана, прежде всего мы имеем в виду древнейшие цивилизации и культуры, надписи и иероглифы на скалах, уникальные исторические памятники, великолепные и

неповторимые образцы материальной культуры и архитектуры. На данный момент их изучают многие ученые и специалисты из Японии, Франции, Германии и других стран. В то же время мы рассматриваем богатство и разнообразие нашей прекрасной природы, которая является одним из лучших мест для отдыха и путешествий в мире с ее очарованием и свежестью, как одну из наших величайших возможностей в этом отношении. Все это может и должно превратить нашу страну в один из центров мирового туризма».

ФЕРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ. Фергана известна на весь мир своими курортами, такими как Шахимардан и Кызылтепа. Со всей историей города можно познакомиться в Музее естественной истории. Коканд был столицей Кокандского ханства. В начале 20 века Коканд считался вторым по величине городом после Ташкента, число жителей превышало все территориальные центры. Дворец Худоёр-хана, последнего хана Коканда, считается одним из важнейших архитектурных памятников города.

Ханский дворец оставляет неизгладимое впечатление своей роскошью и убранством. Интересен также двухбашенный мавзолей Модарихана, названный в честь поэтессы Нодирабегим. Рядом с мавзолеем в память о казненной поэтессе установлена статуя из белого мрамора и бронзы.



Рисунок 5.2.1. Туристские ресурсы Ферганы

В 2007 году по решению правительства широко отмечалось 2000-летие города Маргилана. Маргилан был основан гордыми согдами, признавшими свободу после открытия Великого Шелкового пути. В X веке Маргилан прославился на весь мир своими шелковыми тканями. В конце XV, начале XVI веков Маргилан стал одним из важнейших городов Ферганской долины. Среди монументальных памятников Маргилана можно отметить Голубиную композицию (XVIII век), состоящую из мечети-минара-мавзолея и голубятни, и мечеть Шоуда.

Среди существующих архитектурных памятников Ферганской области есть памятники, связанные со святынями, например, Ходжаназар Хувайдо Бурхониддин Маргилани, гробницы Увайси, Улуг Мазар, Комплекс Пур Сиддик, Дахмаи Шахон, Модарихан, Биби Убайда, Пошхо Пирим, Бистом Бува, Ходжа Муоз, Мой Мубарак, храм Пури Сиддик, могила Хазрата Али в Шахимардоне, Ташкелин (Риштонский район), Киз мазар (город Маргилан), Чилдухтаран (Алтиарикский район), «Шах Талиб», «Тонга ота» (Алтиарикский район) Особое место занимают «Ходжа Илгор» (Риштонский район), «Ялангъоч ота», «Садкак ота» (Ферганский район).

АНДИЖАНСКАЯ ОБЛАСТЬ: Андижан имеет многовековую богатую историю. На территории региона расположены старинные города и археологические комплексы, датируемые XI1-V11 веками до нашей эры. К ним можно отнести Далварзин, Эйлатон, Мингтепа, Ашкалтепа, Сарвонтепа и другие.

Туристы также могут посетить Мирпостин Ота, Фазилмон Ота, Имам Ота, археологический памятник «Тузлук Момо», «Уч Булак», археологи-ческий памятник «Мингтепа», храм Еылкичи Бува, храм «Фазилмон Ота», Ходжа Абдулла Тугдар, мавзолей Кутайба ибн Муслима, привлекают парк культуры и отдыха имени Алишера Навои, храм «Биби Сешанба», медресе Отакузи и другие подобные интересные памятники.



Рисунок 5.2.2. Туристские ресурсы Андижанской области

В настоящее время в Андижанской области зарегистрировано около 380 памятников культуры. Кроме того, здесь есть и лечебные ресурсы, и это, откроет путь для развития рекреационного туризма. Изделия и традиции национальных мастеров, богатый фольклор также привлекают иностранных туристов.

Расположение древнего Андижана на караванном пути способствовало быстрому развитию здесь торговли и ремесел. Приход восточных и западных цивилизаций по Шелковому пути изменил сознание местного населения, проживающего в этой местности.

До нас не дошли архитектурные памятники, построенные в Андижане в древности и средневековье. В городе Андижане сохранился комплекс мечетей, построенный в конце XIX века. Он включает в себя мечеть, минарет и медресе. Мечеть Джоме – самое величественное здание Ферганской долины.

В Шахрихане сохранилось несколько квартальных мечетей и медресе, построенных в прошлом веке. Одна из них – мечеть Понсод, построенная в начале 19 века. Декоративные части мечети выполнены ферганскими мастерами. В Шахрихане сохранилось медресе Гумбаз, построенное в 1872 году.

Двухэтажный дом Ахмадбека-хаджи, построенный в начале XX века в Андижане, является одним из образцов национальной

архитектуры. Примечателен и памятник медресе Отакузи, построенный в начале XX века в городе Пахтаабад. Имеет 5 башен.

Также, учитывая интерес туристов к музеям, реконструируются и обогащаются областной историко-краеведческий музей, музей литературы и искусства, квартал ремесленников «Хунармандчилик», дом-музей Захириддина Мухаммада Бабура.

НАМАНГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ: Территория Наманганской области отличается богатством археологических памятников. Среди туристических ресурсов Наманганской области - мавзолей Ходжа Амина, мавзолей Муллы Базар Охунд, комплекс Султана Увайс Караний в Чартакском районе, древний Аксикент, медресе Муллы Кыргыза, медресе Гойибназара Кази, комплекс Мауланы Лутфуллы, мавзолей Мавлави Намангани, мавзолеи Девона Бува, Аксикент и Акси в Тура-Курганском районе и Мунчогтепа в Попском районе , Буонамозор в Чустском районе, Мугтепа в Косонсойском районе, Кайвонот и Эйлотон в Учкурганском и Норинском районах, древние ирригационные устройства - коризы в Чоткале имеют большое научное значение как важные археологические памятники и рассказывают о далеком прошлом.

Научное изучение исторических памятников Наманганской области началось в середине 80-х годов XIX века, после завоевания Туркестана Россией.

За годы независимости в Наманганской области был проведен ряд созидательных работ по сохранению культурного наследия и увековечению имен наших великих предков. Например, создание и передача нашему народу мавзолея Надима Намонгони, сада Боборахима Машраба, дома-музея и памятника, дома-музея Ибрата, комплекса Мауланы Лутфуллы, комплексов Махдуми Азама Косани - это знак уважения к духу предков и осознания своей самобытности.

Памятники истории и культуры имеют большую роль и значение в воспитании молодого поколения в духе традиций предков. Поэтому сохранение нашего культурного наследия, его

научное изучение и передача следующему поколению является сегодня актуальной задачей.



Рисунок 5.2.3. Туристские ресурсы Наманганской области

Народные промыслы издавна развиты, особенно в городах Намангане и Чусте. Ножи, столовая посуда, сельскохозяйственные инструменты производятся в Чусте.

ДЖИЗАКСКАЯ ОБЛАСТЬ: Одной из уникальных особенностей природы Джизакской области является наличие в горах и на горных склонах ряда источников целебной воды, содержащей железо, серу, водород, радий, кремниевую кислоту, углекислый газ, щелочные термоминералы. В Галлааральском, Форишском, Мирзачольском районах работают санатории «Марджонсув», «Биршаган», «Гагарин» и ряд профилактических учреждений.

Также источники богатой минералами воды имеются в Зоминском, Джизакском и Бахмальском районах. Все минеральные воды края по своему химическому и бальнеологическому составу относятся к числу самых известных минеральных источников.

Не будет ошибкой упомянуть Джизакский оазис как место великого паломничества и культурного наследия. По данным, всего в «Списки государственной охраны» на территории Джизакской

области включены 372 объекта культурного наследия, в том числе 42 исторических памятника и священных святынь, 267 археологических объектов, 63 монументальных памятника.



Рисунок 5.2.4-расм. Туристские ресурсы Джизакской области.

Как в каждой стране есть свои святыни и священные места, так и в Джизакском оазисе есть свои святыни. Джизак – один из наших регионов со своими культурными достопримечательностями и бесценными историче-скими местами: изображения на скалах «Сайхансай» (4,5 тыс. лет назад), «Темирланг дарбоза», «Саад ибн Абу Ваккас», «Парпи ота», «Ходжамушкет ота», «Новки ота», «Усмат ота», «Саид Мир Халилиллах ота», «Ходжабогбан ата», Сайфин ота, Саврик ота, Кулфисар ота и др.

Также важными туристическими объектами региона являются Зоминская и Бахмальская горно-предгорные зоны отдыха, Зоминский государственный заповедник и Национальный парк.

В регионе более 20 пещер. Хотя они и не изучены специалистами, по воспоминаниям любителей, наблюдавших Пишогорскую пещеру, здесь имеется широкий и длинный зал, очаг из красного ясеня, написанные на каменных стенах картины и петроглифы. Кроме того, тот факт, что длинная пещера была искусственно огорожена и для следующего зала была сделана

дополнительная лестница, указывает на то, что в этом месте в давние времена жили первобытные люди.

СЫРДАРЬИНСКАЯ ОБЛАСТЬ: В Сырдарьинской области имеются следы древних каналов и сардобы. Уринбойогиз, Искандарарик, Бухараарик длиной 70 км - очень старые каналы. В 15 веке Шахрух и Улугбек по каналу доставляли воду из Сырдарьи в Мирзачол. Позже Бозарик был основан на юго-востоке Мирзачола, а Дальварзинарик - на правом берегу Сырдарьи. Рядом с озером Кият были небольшие ручьи, получавшие воду из Сырдарьи.

В Сырдарьинской области имеется 1 музей (Музей истории освоения пустыни Мирзачула в Гулистане), 2 парка культуры и отдыха.

Среди историко-архитектурных памятников - исторический памятник «Гумбаз», мавзолеи Юсуфа Бобо, Шербобо, Хадичабиби, село Гумбаз, караван-сарай в крепости Хавос, Мирзакудук в Ак-Олтинском районе, караван-сарай в город Сардоба, «замок Хавос», древнейшие памятники, расположенные на берегу Шорбулаксоя.Памятники Хавосу и Нуртепе, памятник Нуроте, расположенный в Сайхунабадском районе, памятник Сардобе на территории Пахтаабадской крепости в Сардобинском районе.

Таким образом, в регионе сохранились и взяты под охрану государства 19 памятников культурного наследия, мавзолеи Юсуф Бобо, Шербобо, Хадичабиби, предположительно относящиеся к X-XII векам, село Гумбаз. караван-сарай в крепости Хавос, Мирзакудук в Ак-Олтинском районе, сардоба в городе Сардоба, большинство памятников культуры, таких как караван-сарай, были отреставрированы и превращены в процветающие поселения.

НАВОИЙСКАЯ ОБЛАСТЬ: Навоийская область насчитывает более 10 памятников, построенных в древности, раннем средневековье. В качестве примера можно упомянуть могилу Мирсаида Бахрома в древней Кармане, архитектурный комплекс Касым Шейха, Большую Купольную мечеть, караван-

сарай Работи Малик и сардобу на дороге Бухара-Навои, комплекс Дехгарон, источник Нурота.

В районе около 30 археологических памятников. В частности, рудник в селе Учтут Навбахорского района (период неолита), каменные надписи, высеченные в Каратоге Нуратинского района (III век до н.э.) и др. находится в центре внимания историков.



Рисунок 5.2.5. Туристские ресурсы Навоийской области.

Комплекс Деггарон, мавзолей Мир Саид Бахрама, родник Нурота, Музей естественной архитектуры «Чашма», родник Нур, замок Нур, Большая купольная мечеть «Панджвакта», построенная в 9 веке, мавзолей шейха Абул Хасана Нури, гробница Нургуль Бинни Абул Хасана, колодец Нургулато и руины замка в Нуроте, состоящего из келий медресе, караван-сарая Работи Малика (Шаха Рабати), сардобы Работи Малика, большое значение имеют краеведческий музей Навоийской области, природный парк «Сармишсой». Когда мы говорим об экотуризме Навоийской области, перед нами более 200 таких объектов, как пяти тысячелетние наскальные рисунки петроглифы Сармишсай в Навбахорском районе, комплекс Чашма в Нуратинском районе, замок Нур и лес камней. которые «рассказывают» об образе жизни наших предков 5-6 тысяч лет назад в ущелье Сангиджумон, также экзотические пейзажи в виде трав, созданные туристическими

базами типа «Айдар-1», «Айдар-2» и «Камель» в пустыне Кызылкум, привлекают туристов из разных уголков мира. В Сармишсае, расположенном на южном склоне Нуратинского хребта в 30—40 км северо-восточнее Навои, обнаружено свыше 200 археологических объектов, включая могильники, курганы, остатки поселений и мастерские по обработке кремня, однако наибольший интерес представляют наскальные изображения; в ущелье длиной 2,5 км, представляющем собой центральную часть комплекса Сармишсай, найдены свыше 5000 (по некоторым данным — свыше 10 000) петроглифических изображений. В Самарканде в рамках 25-й сессии Генеральной Ассамблеи ЮНВТО прошла церемония награждения в номинации «Лучшие туристические деревни 2023 года». Победителем стало село Сентоб Навоийской области.

СУРХАНДАРЬИНСКАЯ ОБЛАСТЬ: Город Термез, центр Сурхандарьинской области, возник во II-I веках до нашей эры на перекрестке караванных путей, соединяющих Индию с Европой через Среднюю Азию, а позднее стал важным пунктом на Великом Шелковом пути, ведущим в Китай.

Первые поселения древних людей в местности появились в горных лесах, покрытых разнообразными дикими животными и растениями, по предгорьям рек, стекающих с гор Бойсун.



Рисунок 5.2.6. Туристские ресурсы Сурхандарьинской области

Среди них древнейшими считаются пещеры Тешикташ и Мачай, относящиеся к периоду среднего и верхнего палеолита. В пещере Тешикташ были найдены кости неандертальского ребенка, и это открытие привело к научному выводу, что регион Центральной Азии был одним из регионов формирования современного человека. Археологические памятники кушанского периода в Сурхандарьинской области чрезвычайно многочисленны и разнообразны.

Раскопки, проведенные в Далварзинтепе и Холчаяне, показывают, что город кушанов был центром высокой культуры. В этот период наблюдаются интенсивное развитие ремесла и земледелия, рост товарно-денежных отношений, подъем архитектуры, монументальной скульптуры и живописи, коропластики и глиптики.

К числу основных памятников, сохранившихся в этом районе, можно отнести ряд таких объектов, как Дворец Кирк киз, памятник архитектуры Хакима Термизи, комплекс Султан-Саодат, Дворец правителей Термеза, храм Каратепа и Храм Файозтепа.

Также в Сурхандарьинской зоне экотуризма расположен «Сурханский государственный природный заповедник», созданный в 1987 году, имеющий площадь 53,7 тыс. га и направленный на охрану 800 видов растений и 290 видов птиц, более 20 видов животных. Сурхандарьинская область нашей страны обладает достаточными туристскими ресурсами, как и другие регионы.

Архитектурный комплекс «Хаким Термизи», расположенный в городе Термез, областном центре, памятник архитектуры «Кирк киз» имени женской академии и памятники «Султан-Саодат», «Болалик-тепа» в Ангорском районе, Музрабодском районе « Кичик-тепа», «Сополли-тепа», «Айозтепа», «Далварзинтепа» в Шорчинском районе, «Пещера Тешиктош» в Бойсунском районе, «Конустепа» (найден след динозавра), «Далварзинтепа» (найдено 36 кг золота), «Руины Македонского моста» в Кумкоргоне, «Башня Жаркоргон» в Жаркоргоне, а также старые мечети и медресе в

Денау. При этом внутри региона выделяются уникальные самобытные традиции, народные игры, еда и уникальная одежда.

РЕСПУБЛИКА КАРАКАЛПАКСТАН: В республике созданы 3 особо охраняемые природные территории: государственный заповедник «Бадай-Токай», заповедники «Сайгок» и «Судоче». Также на территории Республики Каракалпакстан находятся памятники архитектуры древнего, средневекового и нового времени. Зарегистрировано 237 памятников архитектуры и истории, из них 145 археологических, 25 архитектурных и 67 монументальных.

Тупроккала (I-IV вв. н.э.), Айозкала (Айозкала - комплекс археологических памятников, состоящий из трех руин замка II-IV вв. н.э.), Замок Катта Гулдурсин (III-IV вв. до н.э., XII-XIII вв. до н.э.), крепость Койкирилан (IV в. до н.э. - IV в. н.э.), памятник Шилпик (I-IV вв. н.э., IX-XI вв. н.э.), крепость Даукескен (старейшая таможня в Центральной Азии), Акшахан (древняя столица), археолого- архитектурный комплекс Миздаххан (4 в. до н. э. – 14 в. н. э.), государственный музей имени Савицког, мавзолей Ажинияз Бобо, святыня Жантемира Ийшана и многие другие туристские ресурсы.



Рисунок 5.2.7.Туристские ресурсы Республики Каракалпакстан

Комплексы Султан Увайс Бобо, Чирма Бобо в районе Беруни; Калан-дардаг, Норинджон Бобо в Торткольском районе; комплексы Мазлумхан Сулу и Миздаххан в Ходжалинском районе; Могилы Давута Ота, Белеули в Кунгиротском районе; важнейшими памятниками являются мавзолей и кладбище Хакима Ота в Мойнакском районе, Айозкалья-1 и Айозкалья-2, Тупроккала в Элликкалинском районе.

Ключевые слова и фразы: исторические города, древние памятники Востока, список ЮНЕСКО «Всемирное наследие», аквапарк, Международная исламская организация (ИСЕСКО), основные историко-архитектурные памятники исторических городов, свободная туристическая зона.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Какова роль исторических городов в развитии туризма в Узбекистане?
2. По какой причине города Самарканд, Бухара, Хива называются «древними памятниками Востока»?
3. Какие города Узбекистана включены в список ЮНЕСКО?
4. Каковы основные исторические и архитектурные памятники города Ташкента?
5. Каковы основные исторические и архитектурные памятники города Самарканда?
6. Каковы основные исторические и архитектурные памятники Бухары?
7. Каковы основные исторические и архитектурные памятники города Хивы?
8. Каковы основные историко-архитектурные памятники городов Ферганской долины?
9. Каковы основные историко-архитектурные памятники города Термеза?

Задания по подготовке к практическим занятиям:

Какие еще исторические, культурные и археологические памятники, расположенные в регионах Узбекистана, вы знаете? Соберите информацию о них и подготовьте презентацию.

Тестовые вопросы:

1. Где находится комплекс Имама Бухари?

а) в кишлаке Хартанг Пайарикского района города Самарканда;

б) в кишлаке Калача Нурабадского района города Самарканда;

г) город Бухара, Гиждуванский район;

д) в кишлаке Касри Орифон Коганского района Бухарской области.

2. Каковы требования для создания исторических городов в свободные туристические зоны?

а) развитая экономика;

б) численность населения превышает 500 тысяч человек;

г) природа, культура и исторический потенциал;

д) город, где развивалась наука.

3. Где расположены исторические памятники такие как Комплекс Хакима Термизи, памятник Султан-Саодату и храм Файозтепа?

а) в Сурхандарьинской области;

б) в Кашкадарьинской области;

г) в Джизакской области;

д) в городе Ташкенте.

4. В Самарканде первым какое медресе было построено на площади «Регистон» и кем?

а) медресе Улугбека Мирзо Улугбеком;

б) медресе Шердар Бахадуром Ялангтошем;

г) медресе Тиллакори Мирзо Улугбеком;

д) Медресе Шердар Мирзо Улугбеком.

5.Какие из перечисленных памятников являются уникальными памятниками города Термез?

а) храм Файозтепа (I век);

б) рынок Чорсу (конец XVIII века);
г) мавзолей Исмаила Самони (IX век);
д) Комплекс Дорус-Саодат (XIV в.).

ТЕМА 6. УСЛУГИ И ТОВАРЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

6.1. Туристские услуги и продукты

Сегодня сфера туризма быстро развивается, а ее социально-экономическая значимость определяется следующими факторами:

– увеличение местных доходов;

– создание новых рабочих мест;

– развитие всех сфер, связанных с производством туристических услуг;

– развитие социальной и производственной инфраструктуры в туристических центрах;

– ускорение развития деятельности центров народных промыслов и формирование новых направлений;

– обеспечение повышения уровня и качества жизни местного населения;

– способствование увеличению процента валютных доходов;

– положительное решение проблемы безработицы.

В статьях Закона Республики Узбекистан «О туризме»[27] дано определение понятий, связанных с туристическими услугами. В частности, в статье 3 Закона дано следующее определение понятия туристических услуг: "Туристские услуги» — это услуги по размещению, питанию, транспортному, экскурсионному и консультационному обслуживанию, а также услуги, направленные на удовлетворение потребностей туриста и экскурсанта. Статья 11-Закона называется «Туристская индустрия и виды услуг в туристской индустрии», и в ней зафиксированы, что видами услуг в туристской индустрии в соответствии с договором на предоставление туристских услуг являются:

услуги по предоставлению туров;

услуги по предоставлению мест проживания;

услуги по предоставлению питания;

информационные, рекламные услуги;

[27] Национальная база данных законодательства, 19.07.2019 г., № 03/19/549/3446;

транспортные услуги;

услуги по предоставлению (включая бронирование, продажу и доставку) билетов на все виды транспорта и билетов на посещение мероприятий и объектов развлечения.

Договором на предоставление туристских услуг могут быть предусмотрены и иные туристские услуги.

Сертификация туристских услуг и выдача сертификатов осуществляются в соответствии с законодательством. Отказ субъекта туристической деятельности от обязательной сертификации туристских услуг, отрицательный результат сертификации туристских услуг, а также аннулирование срока действия сертификата, выданного для осуществления туристической деятельности, влечет приостановление действия лицензии или лицензия будет отозвана».

В статье 21. «Сертификация туристских услуг» установлено сертификация туристских услуг осуществляется на предмет их соответствия требованиям нормативных документов в области технического регулирования и направлена на обеспечение безопасности и качества этих услуг. Уполномоченный государственный орган осуществляет ведение Реестра сертифицированных туристских услуг.

Туристские услуги оказываются на основании договора. Объем и качество услуг, указанные в договоре, права и обязанности сторон, порядок оплаты и расчетов, срок действия договора и ответственность за его неисполнение или ненадлежащее исполнение, а также определение других условий по соглашению сторон.

По нашему мнению, туристские услуги представляют собой совокупность мероприятий, направленных на удовлетворение и обеспечение всех потребностей туриста во время путешествия и направленных на конкретную цель в сфере обслуживания, которая должна в полной мере отвечать целям туризма, виду и направлению туристских услуг. Туристские услуги – это совокупность целенаправленных действий в сфере услуг, направленных на

удовлетворение и обеспечение потребностей туристов и экскурсантов, которые должны отвечать целям туризма, характеру и направлению туристского обслуживания и не должны противоречить общеловеческим принципам.

Услуга возникает непосредственно в процессе потребления и не существует отдельно, в этом состоит главное отличие услуги от материального товара. Кроме того, товар доставляется потребителю, а при туристическом обслуживании потребителя доставляют непосредственно к месту оказания услуги. Поэтому формирование и реализация туристских услуг регулируется не законами, связанными с продажей материальных благ, а совокупностью других законов.

Туристские услуги делятся на два вида: основные и дополнительные туристические услуги. Их различия заключаются в следующем:

Таблица 6.1.1

Основные услуги	**Дополнительные услуги**
Услуги, включенные в турпакет (например: транспорт, проживание, питание и т.д.).	Дополнительные туристские услуги не включены в турпакет.
Основные туристские услуги приобретаются до начала поез-дки, то есть оплата производится заранее.	Оплата дополнительных туристских услуг производится во время использования услуги.

Исходя из указанных различий, под термином **«дополнительные туристские услуги»** понимаются услуги, не предусмотренные турпакетом, которые выполняются во время путешествия туриста на основании дополнительной оплаты с его стороны.

Всемирная организация туризма перечислила 400 видов дополнительных туристских услуг. Важность дополнительных туристских услуг заключается в том, чтобы турист полностью удовлетворял возникающие потребности, не пытался выполнять определенные задачи (например, он обращается к персоналу

гостиницы, чтобы тот почистил или погладил его одежду во время пребывания в гостинице).

Турист получает полноценный отдых благодаря дополнительным туристским услугам. В результате он остаётся доволен поездкой. Туристы пользуются дополнительными туристскими услугами в двух ситуациях:

услуги, используемые во время перерыва в турпакете или в свободное время туриста (например, просмотр звуково-световой панорамы, демонстрируемой на площади Регистан в вечернее время);

услуги, которые вытекают при оказании основных услуг или исходя из потребностей туриста (например, услуги дополнительного гида).

Чтобы предоставить туристу дополнительные туристские услуги в первой ситуации, необходимо обратить внимание на следующее:

– максимально учитывая интересы туристов, целесообразно предоставлять дополнительные услуги, которые подарят туристам только хорошее настроение.

- на этом этапе услуги должны быть оставить положительное впечатление у туриста. Например, участие в узбекских национальных свадьбах, приглашение туристов на национальные концерты и фестивали. Для этого было бы целесообразно организовать коллективы национальных ансамблей, обслуживающие туристов;

- предоставление дополнительных туристских услуг, новых для туриста, с которыми он ранее не сталкивался. Например, в Самарканде глубокое впечатление оставляет поездка туристов на верблюдах и конных повозках к памятникам, расположенным близко друг к другу (мавзолей Амира Темура, площадь Регистан, мечеть Бибиханим, ансамбль Шахи Зинда и др.)

- для этого в районе расположения этих памятников необходимо организовать специальные пешеходные дорожки и создать туристско-смотровую площадку;

– организация непосредственного участия туристов в национальных ремесленных и бытовых процессах через ознакомление их с национальными обычаями и традициями.

- или предоставление таких услуг, как наблюдение за процессом приготовления узбекских национальных блюд. Для этого в нашей стране необходимо привлечь в сферу туризма и развивать такие сферы как национальные ремесла, бытовую сферу и национальную кухню.

Чтобы предоставить туристу дополнительные туристские услуги во втором случае, необходимо обратить внимание на следующее:

- развитие дополнительных туристских услуг в гостиницах. Эти услуги включают в себя: доставку еды или заказов гостей в номер, услуги прачечной и глажки, услуги сейфа, телефонные услуги, Интернет, почтовые услуги, услуги тренажерного зала, бассейн (открытый или закрытый), массаж, сауну, парикмахерскую, услуги по ремонту техники, услуги по обмену валюты, услуги по аренде и т. д.

- дополнительные туристские услуги в учреждениях общественного питания – услуги, оказываемые по специальному заказу и выбору туриста.

Дополнительные туристские услуги могут быть использованы туристом последовательно, когда турист в свободное время выезжает за город, чтобы посмотреть горные пейзажи, он подряд пользуется услугами обмена валюты, услугой проката автомобилей и дополнительным сервисом питания (за пределами города). Одним словом, дополнительные туристские услуги должны быть не только организованы и предложены, но и предоставлены качественно и с пользой.

Туристский продукт. Туристским продуктом является комплекс туристских услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста и экскурсанта, который формируется туроператором исходя из конъюнктуры туристского рынка или по заказу туриста или экскурсанта.

Туристический опыт, в первую очередь, состоит из выбора места посещения (дестинации): «Куда я еду». Чаще всего это какая-то известная локация, о которой мы слышали ранее. Далее — организация бытовых деталей путешествия: как туда добраться, где разместиться, где питаться. И уже на местности — выбор мест привлечения (аттракций) и маршрутов. Все это вместе формирует так **называемый турпродукт**.

Формированием туристского продукта является деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с лицами, оказывающими отдельные туристские услуги, входящие в туристский продукт.

Туристский продукт (турпакет) имеет сервисное перемещение более 24 часов или включает ночевку (размещение) и переезд с места на место (доставку). Туристский продукт предлагается по совокупной цене, включающей все услуги и расходы, а его потребительские характеристики реализуются исходя из условий договора.

Реализация туристского продукта осуществляется на основании договора, заключаемого между туроператором и (или) турагентом и заказчиком туристского продукта. Заказчиком туристского продукта является турист, экскурсант или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста или экскурсанта.

Турист – потребитель туристской продукции (туристских услуг, работ и товаров). Туристские продукты состоят из основных туристических услуг (бронирование, трансфер, проживание, питание, экскурсии), дополнительных услуг (фотоуслуги, страхование, информация, финансы, банковское обслуживание) и туристических товаров (сувениры, различные товары, товары народного потребления - парфюмерия, табачные изделия, алкоголь, бытовая техника, одежда).

Если внимательно наблюдать за процессом предоставления туристских услуг, то организаторы туризма (туроператоры) формируют туристский продукт исходя из потребностей туристов и создают различные их комбинации, а взамен получают

вознаграждение в виде процента. Таким образом, организаторы туризма выступают посредниками между туристами и поставщиками услуг.

Возникает вопрос: «Что продают организаторы туризма и что получает непосредственно турист, купивший туристическую путевку или ваучер?» При внимательном изучении этого процесса ясно, что турист будет иметь право воспользоваться туристской услугой в течение установленного данной путевкой срока. Туристский маршрут (ваучер) — документ, определяющий право туриста или группы туристов на туристические услуги, включенные в тур, и подтверждающий оказание таких услуг.

Согласно Закона Республики Узбекистан «О туризме»: «Тур – путешествие по определенному маршруту в конкретные сроки, обеспеченное комплексом туристских услуг (бронирование, размещение, питание, транспорт, отдых, экскурсии и другие услуги). Исходя из вышеизложенного, состав туристских расходов по видам услуг выглядеть следующим оброзом:



Рисунок 6.1.1. Состав турпродукта согласно туристическим расходам

Как показано в структуре туристских расходов, 50% от общих расходов тратится на приобретение турпакета, 30% тратится на использование дополнительных туристических услуг, 20% тратится на товары (приоб-ретение: сувениров и подарков).

Как видно из рисунка 7.1.1, хотя базовые услуги составляют основу туристических расходов, большую часть оставшихся денег туристы тратят на дополнительные услуги.



Рисунок 6.1.2. Состав туристского продукта

Помимо нематериальных услуг туристам могут быть предоставлены материальные услуги или специальная продукция, например, план города, карта метро, сувениры, туристическое снаряжение и т. д.

6.2. Выражение характеристик туристических услуг с помощью четырёх «Н»

Туризм имеет свои особенности и функцию организатора сферы услуг, что определяет его как автономную отрасль экономического управления. Туристские услуги, как и другие виды услуг, обладают следующими характеристиками, если условно обозначить их четырьмя «Н»:

1. Неосязаемость. Туристические услуги считаются нематериальным продуктом. Они относятся к социокультурным (нематериальным) сферам, поскольку потребность потребителя в социокультурных услугах определяется как физическая, антиинтеллектуальная, духовная и т. д. определяет эффективность поставщиков услуг для удовлетворения их потребностей. Их нельзя пощупать, просмотреть или оценить во время покупки. Объектом таких услуг является индивидуальный потребитель (турист);

2. Неразрывность производства и потребления. Поскольку услуги формируются в результате взаимодействия потребителей и исполнителей, процесс оказания туристских услуг (производства) происходит параллельно с потреблением. Известно, что производство товаров в материальной форме предшествует их реализации, только после этого начинается процесс потребления. Другая важная особенность заключается в том, что потребление туристических товаров и услуг осуществляется только тогда, когда потребителя, то есть туриста, доставляют в место, где они были разработаны. Потребление обычных товаров и услуг происходит наоборот, т. е. когда разработанный продукт готов, независимо от его местонахождения, потребитель потребляет его там.

3. Неспособность к хранению. Невозможность сохранения туристи-ческих услуг. Жизненный цикл туристических услуг

принципиально отличается от материальных благ, в частности, отсутствие стадии хранения и недостаточной сохранности туристических услуг требует тщательного изучения ситуации на рынке, баланса спроса и предложения, поскольку услуги не являются продуктами, которые остаются на «складах» до тех пор, пока не будет спрос.

4. Непостоянство качества (качество услуг во многих случаях зависит от состояния ресурса, его профессионального опыта, настроения).

Услуги гостеприимства характеризуются своей вариативностью. Есть несколько причин такой изменчивости. Во-первых, данные виды услуг предоставляются и получаются одновременно, что ограничивает возможности контроля их качества.



Рисунок 6.2.1. Выражение особенностей туруслуг четырьмя “Н”

Временная неустойчивость спроса делает проблематичным поддержание качества услуг в периоды высокого спроса. Многое будет зависеть от состояния отказа в обслуживании. Один и тот же человек может оказать вам хорошую услугу сегодня, но тот же человек может оказать вам плохую услугу на следующий день. Причины такого низкого качества обслуживания могут быть

разными: основными причинами неудовлетворенности считаются рост и колебания качества обслуживания, возражения клиентов против репутации индустрии гостеприимства. Конкретные особенности туристских услуг представлены на рисунке 6.2.1.

6.3. Классы обслуживания и пакеты услуг

Классы обслуживания используются для определения качества предоставляемых услуг. Поскольку туристский продукт состоит из набора услуг различных районов, возникают проблемы, связанные с определением их уровня при продаже туристам.

Не существует нормативных стандартов определения уровня видов и услуг ни на рынках нашей страны, ни на международном рынке. Поэтому при продаже тура туроператоры и турагенты условно определяют туруслуги как люкс, первый класс, туристический класс, эконом-класс.

Класс люкс. При организации туров такого класса обычно задействован высочайший уровень обслуживания: 5 звёздочные отели класса люкс, полеты на самолетах первого и бизнес- класса, питание в ресторанах класса люкс, личный транспорт, автомобили класса люкс, услуги частного гида и т. д. Такие туры предлагаются по категории VIP-обслуживания.

Первый класс – это сервис сравнительно высокого уровня, включающий проживание в отелях 4–5 звезд, перелеты бизнес-классом, питание в дорогих ресторанах, индивидуальный трансфер, услуги гида.

Туристский класс – самый популярный вид обслуживания, включающий проживание в отелях 2-3 звезды, обязательно полеты эконом- классами рейсов, шведский стол, групповые трансферы.

Экономический класс – самый дешевый вид обслуживания. Обычно эконом-классом пользуются студенты и люди с низким доходом. Программы этого класса предусматривают небольшой объем услуг невысокого уровня: размещение в отелях 1-2 звезды, проживание в общежитиях и хостелах, проживание в небольших и кооперативных отелях, работающих по принципу

самообслуживания, полеты чартерными рейсами, Встреча и сопровождение осуществляется на общественном транспорте. Словом, все будет экономично и дешево.

Но не следует забывать, что все эти обозначения условны и зачастую имеют национальные варианты и различия. В любом случае при покупке тура необходимо уточнять уровень обслуживания и его содержание.

Пакет услуг (набор). На практике основным туристским продуктом является комплекс услуг, то есть стандартный набор услуг, реализуемый туристам в едином пакете. Пакет услуг (набор) создается туроператором и состоит из определенного набора услуг: транспорт, проживание, питание, экскурсии и т.д. это туристический продукт. Пакет туристических услуг формируется исходя из выбранного туристом вида туристического отдыха, исходя из его потребностей и цели поездки. Существует два варианта работы с туристами при создании тура и его пакета:

а) продажа заказных туров;

б) продажа инклюзивных туров.

Индивидуальный тур. При продаже индивидуальных туров формирование программы и формирование состава услуг осуществляется согласно пожеланиям туриста, при его непосредственном участии. Туристам предлагаются разные варианты обслуживания по каждому из различных видов услуг на курорте:

• размещение – разные отели по расположению и типу, уровню.

. питание – различные варианты (полный или полупансион, или вообще без питания), шведский стол или «аля кард» и т.д.;

• экскурсионно-развлекательные услуги;

• транспортные услуги – варианты авиаперелета, ж/д транспорта, прокат автомобилей и др.;

• спортивно-лечебные, санаторно-курортные услуги;

• визовые услуги, а также страховые услуги.

Как уже говорилось выше, турист может непосредственно участвовать в организации таких туров. Выбранные туристом

услуги включаются в программу тура, рассчитывается цена, которую турист уплачивает при получении турпакета. Обычно такие заказы формируются в агентствах, а затем передаются туроператору для реализации.

Сегодня туристические агентства и компании-операторы международного туризма используют онлайн и современные компьютерные технологии для выполнения быстрых и качественных заказов. В международном туризме для быстрой продажи пакетов, для расчета цен и продажи туров широко используются компьютеры и телефаксы.

Инклюзивный тур (ИТ). Это заранее спланированный и фиксированный набор услуг, направленный на определенный вид отдыха или туризма и определенную социальную группу туристов. Можно сказать, что маршрутные туры являются наиболее распространенными инклюзивными турами. То есть группа туристов едет на автобусе через несколько городов и стран. Особенности данного тура (универсальная программа, строго привязанная к графику и срокам поездки) исключают возможность заказов. Круизные туры, хобби-туры также являются инклюзивными турами. Состав услуг при продаже инклюзивных туров не меняется. Турист может купить такой тур полностью или вообще отказаться от него.

Инклюзивные туры организуются и предлагаются по маршрутам в известные туристические и курортные места со стабильным спросом. Большую часть стоимости инклюзивных туров составляют проживание и питание. Согласно требованиям Международной ассоциации воздушного транспорта, инклюзивные туры включают в себя как минимум 3 услуги: перелет, проживание, проезд по всему маршруту и любую услугу, не связанную с вышеперечисленными (экскурсия, аренда автомобиля и т.п.).

Несмотря на колебания спроса на такие виды, есть определенные преимущества:

• в целом пакетный тур обходится дешевле, чем пакет услуг, приобретаемый отдельно;

• поскольку цены известны заранее, турагентам легко посоветовать туристам, какой маршрут выбрать. В этом случае программы также предопределены;

• больше возможностей продемонстрировать привлекательность своего продукта.

Недостатки инклюзивных туров:

• есть вероятность, что не все услуги заинтересуют клиента;

• перенасыщенность программы;

• реклама данного тура может привлечь лишь небольшую часть потребителей.

В заказных турах туроператор должен постоянно поддерживать квоты на свободные места в отелях.

При продаже могут иметь место разные пожелания. Туроператору приходится работать с туристами, проживающими в разных отелях. Гораздо проще разместить туристов в одном отеле. Как уже говорилось выше, в зависимости от личных особенностей туриста все туристические поездки осуществляются индивидуально или в группах.

Туристский пакет (турпакет) — совокупность услуг, предлагаемых потребителям в групповом или индивидуальном вариантах. Факторы, влияющие на организацию турпакета:

• наличие спроса на данную поездку;

• наличие услуг, инфраструктуры, материальной базы;

• отношения с авиакомпаниями и другими транспортными компаниями;

• отношения между отправляющими и принимающими странами;

• взаимоотношения с партнерскими туристическими организациями;

• уровень развития туризма в определяемой стране;

• политическая стабильность указанной страны.

Следует отметить, что фактор политической стабильности туроператор считает важным при разработке своей стратегии. Например, события, связанные с курдами в Греции и

террористическими взрывами в Египте, приводят к резкому снижению спроса. Туроператоры, специализирующиеся на этих направлениях, понесли огромные убытки. Но следует также отметить, что как только ситуация в этих регионах станет стабильной, поток туристов снова начнет увеличиваться. Как отмечает Международная туристическая биржа в Берлине, туристы, как правило, не склонны к риску. В странах, где политическая стабильность снова улучшилась, в то же время турпоток снова начинает увеличиваться при снижении цен на турпакеты.

Стоимость турпакета. Наиболее важным фактором, влияющим на успех тура, является цена. В плане ценообразования у туроператоров со специальными пакетными турами больше свободы. Они устанавливают цену в основном исходя из покупки услуг и других расходов, а также включения определенного процента дохода. Туроператоры массового рынка, как правило, устанавливают цены на основе цен конкурентов, особенно когда спрос на туры низкий (мертвый сезон).

При определении цены турпакета туроператоры ориентируются на цены лидеров рынка. Крупные туроператоры сокращают расходы и тем самым не позволяют своим конкурентам добиться успеха в ценообразовании. Одним из наиболее часто используемых методов ценообразования является ценообразование на основе затрат, что означает, что рассчитывается себестоимость продукта и добавляется определенный процент выручки. Процент дохода, включаемого в стоимость путевки, определяется путем расчета дополнительных расходов, отчислений в фонды, заработной платы и чистого дохода и составляет от 15% до 30%.

В туризме цены представляют собой колебания рыночного спроса, когда затраты и доходы распределяются неравномерно, цены падают в «мертвый сезон» и восстанавливаются в течение сезона (в обмен на доход). Цена турпакетов зависит не только от состояния туристического рынка, от цен конкурентов, но и от цен других туров.

Ключевые слова и фразы: туристский продукт, тур, индивидуальные туры, групповой туризм, классы обслуживания, «Люкс-класс», «Эконом-класс», пакет услуг (пакет), комплексное обслуживание, индивидуальный тур, инклюзивный тур, турпакет, характеристика туристской услуги. Четыр «Н», нематериальность, взаимозависимость услуги и потребителя, несохраня-емость, изменчивость качества

Вопросы для самостоятельной работы

1. Что входит в туристские услуги?
2. Что вы подразумеваете под основными и дополнительными туристскими услугами?
3. Объясните различия между основными и дополнительными туристскими услугами.
4. Что вы понимаете под туристским продуктом?
5. Как создать привлекательный туристский продукт?
6. Дайте определение классов обслуживания.
7. Что входит в пакет услуг?
8. Что входит в национальный туристский продукт?
9. Что означает выражение особенностей туруслуг четырьмя “Н”?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Определить классы обслуживания в гостиницах города Самарканда и презентовать турпакет «Поездка в Бухару».

Тестовые вопросы

1. Какое определение туристской услуги содержится в статье 3. Закона «О туризме»?

а) туристские услуги – услуги по размещению, питанию, транспортировке, информационно-рекламным услугам субъектов туристской деятельности, а также другие услуги, направленные на удовлетворение потребностей туристов;

б) туристская поездка осуществляется индивидуально или в составе группы туристов;

г) основные и дополнительные туристские услуги;

д) туристская поездка на определенные сроки, предусматривающая комплекс туристских услуг (бронирование, проживание, питание, транспорт, отдых, экскурсионное обслуживание и другие услуги) по определенному направлению.

2. Отметьте строку, в которой правильно описаны услуги класса «люкс»:

а) при организации туров данного класса обычно привлекаются услуги самого высокого уровня;

б) предоставляются услуги более высокого уровня по сравнению с эконом -классом;

г) это самый популярный вид услуг, предусматривающий размещение в гостиницах 2-3 звезды, обязательно полеты эконом-классами рейсов, шведский стол, групповой трансфер;

д) самый дешевый вид услуги.

3.Отметьте строку, в которой правильно описаны услуги первого класса:

а) это тоже услуга сравнительно высокого уровня, включающая проживание в отелях 4-5 звезд, полеты на самолетах бизнес-класса, питание в престижных ресторанах, индивидуальный трансфер, услуги гида;

б) обычно организацией туров такого класса занимаются службы самого высокого уровня;

г) проживание в гостиницах 1-2 звезды – наиболее популярный вид обслуживания, который всегда включает в себя перелеты экономическими классами авиаперелетов, «шведский стол», групповой трансфер;

д) самый дешевый вид услуги.

4. Индивидуальный тур – это…

а) формирование программы и состава услуг при реализации индивидуальных туров осуществляется согласно пожеланиям туриста, при его непосредственном участии;

б) является самым дешевым видом услуг;

г) это заранее спланированный и фиксированный набор услуг, направленный на определенный вид отдыха или туризма и определенную социальную группу туристов;

д) это тоже услуга сравнительно высокого уровня, включающая проживание в отелях 4 звезды, полеты на самолетах бизнес-класса, питание в престижных ресторанах, индивидуальный трансфер, услуги гида.

5. Определите основные услуги туризма.

а) услуги, предлагаемые туристами;

б) экскурсионное и развлекательное обслуживание;

г) услуги по размещению и питанию;

д) финансовые услуги.

ТЕМА 7. УСЛУГИ РАЗМЕЩЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

7.1. Средства и услуги размещения в сфере туризма

Гостиничное хозяйство берет свое начало из древнейших традиций чествования гостя, приема и обслуживания, свойственных любой социальной формации в истории человечества. Гостиничные услуги являются одной из важнейших составляющих туристической отрасли. Повышение качества предоставляемых услуг в гостиничном бизнесе, изучение существующего зарубежного опыта в этом отношении и тенденций их развития остается потребностью времени.

Гостиница – это предприятие, на котором круглосуточно, в три смены, круглосуточно осуществляются сложные технологические процессы, а предлагаемые в ней услуги должны быть комфортными и безопасными для туристов. Гостиница – предприятие, предлагающее комплекс услуг в зависимости от количества и категории номеров, оборудованных как средства индивидуального и коллективного размещения.

В качестве основных изменений в развитии гостиничного бизнеса в Узбекистане можно назвать ряд факторов, таких как углубление гостиничной специализации, создание международных гостиничных сетей, внедрение современных компьютерных технологий в гостиничный бизнес и их эффективное использование.

Сегодня в нашей стране существует множество возможностей для предпринимателей, занимающихся гостиничным бизнесом. Разработаны законодательные документы, направленные на развитие отрасли, и работа в этом направлении продолжается.

Президент Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёев в своём Указе «О мерах по обеспечению ускоренного развития сферы туризма в Республике Узбекистан» от 2 декабря 2016 года дал возможность еще больше стимулировать предпринимательскую активность в сфере туризма, развивать туристическую инфраструктуру, а также предоставить дополнительные льготы и преференции туристическим организациям. Согласно этому Указу:

• туроператоры освобождаются от обязательной продажи доходов в иностранной валюте, полученных за оказанные ими туристические услуги;

• гостиницы должны продавать в установленном порядке только 25 процентов своих доходов в иностранной валюте;

• оплата гостиничных услуг иностранными гражданами производится в свободно обмениваемой валюте, за исключением случаев, когда оплата осуществляется государственными и бюджетными организациями республики;

• при вводе в эксплуатацию гостиниц и мотелей уровня не ниже «4 звезды» юридическими лицами они освобождаются от налога на прибыль организаций, земельного налога и налога на имущество, а также от единого налогового платежа сроком на 5 лет.

Индустрия гостиничного хозяйства – это сильная экономическая система региона или туристического центра и важная составляющая туристической экономики. Индустрия гостиничного хозяйства включает в себя различные виды группового и индивидуального размещения, гостиницы, мотели, молодежные общежития и хостелы, апартаменты, туристические поселки, а также частный сектор, занимающийся размещением туристов.

Регистрация гостей, управление их въездом и выездом, оказание гостям различных услуг осуществляется административной частью гостиницы. Поток посетителей состоит из всех видов въезжающих, выезжающих, резидентов. Услуга по размещению в основном включает в себя следующие работы:

- гостей принимают по документам. Администратор согласовывает с гостем место проживания (категория номера, расположение и т.п.), предоставляемые услуги и период проживания. Взимается плата за проживание. После завершения оформления гостю выдается номерная карта и ключ;
- включает в себя оказание услуг гостям во время пребывания в номере, продление срока проживания, перевод гостя с одного

номера на другой номер (при необходимости), получение платы за проживание, предоставление дополнительных услуг клиенту по его желанию;

- при оформлении выезда гостя ему выставляется счет в полном объеме за оказанные услуги (неиспользованный аванс возвращается), он сдает номер и ключ. Расчет с клиентом может производиться как наличными, так и безналичным переводом. Внедрение системы единого почасового расчета (12 часов) позволяет администрации гостиницы упростить процесс технического расчета с клиентами. Позволяя клиенту использовать кредитные карты, отель повышает его уровень свободы.
- для облегчения работы службы приема гостей разработаны и внедряются информационно-коммуникационные системы. В целом информационно-учетная система состоит из следующих четырех функциональных частей:
  - малые системы предварительного бронирования мест;
  - системы предоставления информации об услуге;
  - системы дежурного администратора;
  - системы управления гостиницей.
  - возможности информационно- коммуникационные систем в туризме очень широки. Помимо автоматизации процесса предварительного бронирования мест, осуществляется регистрация приездов, ведение номеров, подготовка счетов для клиентов.

Отель предоставляет ряд дополнительных платных услуг. В том числе получение необходимой информации, выдача паспортов и туристических документов, регистрация и организация экскурсий, обмен валюты, консьерж-сервис (т.е. заказ и продажа билетов в театры, музеи, концертные залы, стадионы), самолет, поезд и другие виды транспорта, включая заказ билетов на транспорт, аренда автомобиля.

В некоторых отелях есть бизнес-центры для деловых гостей. В центрах создаются необходимые условия для работы и получения клиентом профессионального образования. В бизнес-центре

предоставляются перевод и распечатывание документов, компьютерные услуги.



Рисунок 7.1.1. Средства размещения туристов и гостей

Центр будет оснащен телексной и факсимильной связью, видеомагнитофоном и проекционным оборудованием.

Номер гостиницы имеет многофункциональное значение, он обеспечивает клиенту проживание, отдых, питание, душ, работу и общение. Личные вещи гостя хранятся в номере. Номера классифицируются по количеству спальных мест, количеству комнат, площади, оснащению.

Гостиничный номер является основным элементом услуги проживания, это многофункциональное место, позволяющее гостям

отдыхать, спать и работать. В мировой практике номера делятся на следующие виды:

- Одноместный номер – кровать, предназначенная для одного человека.

- Двухместный номер – номер для двух человек, чаще для семей, иногда для одного человека.

- Twin – это пространство для двух человек с двумя отдельными кроватями, предназначенное для членов семьи и групп.

- Многоместный номер – номер, предназначенный для трех и более человек, преимущественно для одной группы.

- Семейный номер – номер, предназначенный для членов семьи, родителей и детей или для детей (опекунов, бабушек и дедушек).

- *Дормитори* – многоместное помещение, в котором размещаются жильцы в зависимости от количества спальных мест, и рассчитано на одну группу.

- *Джуниор сюит* – номер с дополнительным пространством для работы и отдыха; дома, относящиеся к этой категории, являются однокомнатными. Для деловых людей в отеле предусмотрены гостиная, мини-кухня, рабочая зона. Рассчитан на одного или двух человек. Половина помещения состоит из гостевой комнаты ожидания, кухни и кабинета.

- *Сюит* – состоит из спального места, отдельной комнаты, комнаты отдыха, кабинета, состоит из трех и более жилых комнат, и дополнительного туалета

- *Аппартамент* представляет собой спальное место, отдельную спальню, гостиную, кухню и кухонное оборудование, состоит из двух и более комнат (гостиная, кухня, спальня) и рассчитана на одну семью и группу.

В мировой практике особенно распространены однокомнатные номера для одного или двух человек. В некоторых гостиницах доля однокомнатных номеров на одного жителя достигает 60-100% от номерного фонда.

В номерах мебель расставляют в зависимости от габаритов помещения, расстояния между стенами, характеристик отопления,

технологических показателей. Мебель должна быть удобной для пользователя, отвечать санитарно-эргономическим требованиям, отвечать вкусам покупателей.

Количество аппартаментов не превышает 10% от общего количества номеров. Они различаются по количеству и назначению комнат, туалетов и ванных комнат, коридоров и площади.



Ресепшен-приемная часть гостиницы



Вид номера в гостинице

Рисунок 7.1.2.Приемная часть гостиницы

Размещение помещений для сотрудников должно быть основано на необходимости уменьшения направлений движения персонала в рабочее время. Если помещения обслуживающего персонала находятся далеко от рабочего места, это приводит к дополнительным энергозатратам и большей утомляемости сотрудников.

Поэтому в непосредственной близости от номеров на этаже располагаются несколько помещений обслуживающего персонала, таких как: комнаты сотрудников, склады (чистые простыни и наволочки, расходные материалы, белье и наволочки, чистящие средства), комнаты официантов, сборщика мусора и т.д.

По данным международной статистики по изучению запросов и потребностей туристов:

1.95% гостей принимают душ и 5% принимают ванну.

2. 40% гостей просят, чтобы их разбудили утром.

3. 95% посетителей смотрят телевизор не менее 1 часа каждый день.

4. 40% гостей — деловые туристы, 43% — семейные пары, 32% — одинокие мужчины, 22% — одинокие женщины.

7.2. Типы и классификация гостиниц

В зависимости от потребностей клиентов отели выполняют разные функциональные задачи и им предъявляются разные требования. В таких гостиницах работа с клиентами осуществляется на основании правил гостиничного обслуживания, утверждаемых руководством подведомственных учреждений.

Ни один пункт правил, действующих в этих гостиницах, не должен противоречить законодательству Республики Узбекистан об организации гостиничного бизнеса. В зависимости от функционального назначения гостиницы делятся на следующие группы:

- для предпринимателей - общего типа, ведомственные, для проведения собраний, советов и т.п.;

- гостиницы для отдыха – туристические, курортные гостиницы, гостиницы для автотуристов, мотели, кемпинги;

- специальные типы гостиниц-для транзитных пассажиров, спортсменов и т.п. В нашей стране широко распространены гостиницы общего типа, предназначенные для людей, приезжающих на относительно короткий период времени, а также для граждан, путешествующих с различными целями.

Такие гостиницы расположены в центральной части города, вблизи общественных, административных и торговых центров, обеспечивают хорошее транспортное сообщение с различными районами города. Эти отели обычно имеют относительно небольшие земельные участки без специального озеленения. Номерной фонд гостиниц общего типа состоит преимущественно из одно-, двух- и часто трехместных номеров.

В этих номерах, как правило, есть место для работы. В гостиницах имеется отдел связи, в некоторых гостиницах – отдел

банка, предусмотрены специальные места для переговоров и встреч. Типы гостиниц, подробное описание каждого из них в мировой практике приведено в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1

Виды гостиниц

Виды гостиниц	Описание
отель-люкс	По своей вместимости этот тип отелей относится к разряду малых и средних предприятий. Обычно он расположен в центре города. Квалифицированный персонал обеспечивает очень высокий уровень обслуживания требовательных клиентов – участников конференций, сервисных встреч, бизнесменов. Цены на номера, включающие все виды услуг, достаточно дорогие.
гостиница среднего класса	Он больше отеля по вместимости (400-200 мест) и расположен в центре или на окраине города. Предоставляет достаточно широкий спектр услуг, цены на которые могут быть равны или немного выше уровня региона, в котором он расположен. Здесь могут разместиться бизнесмены, частные туристы, участники конгрессов, конференций и т.д.
гостиница-аппартамент	Малого или среднего размера (до 400 мест) по вместимости для проживания непостоянных жителей крупного города
(аппарт-отель)	В качестве временного размещения оно уже много лет организуется по типу квартир самообслуживания (аренда). В отелях этого типа цены, как правило, зависят от продолжительности проживания. Он обслуживает постоянных семейных туристов, бизнесменов и арендаторов.

гостиницы эконом-класса	Малые и средние предприятия (150 мест и более) располагаются по обочинам главной дороги. Ограниченный спектр услуг характеризуется простым и быстрым обслуживанием. Его клиентами являются бизнесмены и частные туристы, желающие получать реальную оплату за предоставленные услуги и не нуждающиеся в полном пансионе.
отель-курорт	Предприятие, отличающееся способностью оказывать полный спектр гостиничных услуг. Кроме того, здесь можно получить диетическое питание и специальные медицинские услуги. Расположен в курортных регионах.
мотель	Простые одно- или двухэтажные постройки, расположенные за городом, на окраине города, по обочинам главной дороги. Это малые или средние предприятия (до 400 мест). Характерно, что небольшое количество сотрудников обеспечивает средний уровень обслуживания. Его клиентами являются туристы различных категорий, с упором на любительский автотуризм.
Частный отель типа «постель и завтрак»	Распространен в США. Этот отель имеет небольшую (иногда среднюю) вместимость. Он расположен на окраине города или в сельской местности. В услугу, как правило, входит завтрак и легкий перекус в домашних условиях. Ее клиенты – деловые люди, которым нужны домашние условия, и туристы этого направления.
отель-гарни	Предприятия, предлагающие клиентам ограниченный набор услуг: проживание и континентальный завтрак.
пансион	Уровень услуг ограничен, а предприятия соответствуют обычным стандартам. В отличие от отелей, здесь подают завтрак, обед и ужин (полный пансион). Однако услуги общественного питания предоставляются только клиентам.

гостиница-двор	Предприятие, отличающееся от гостиниц вместимостью, сервисом, простым стандартом, отличается отсутствием ряда помещений для встреч и гостей. Обязательно наличие ресторана или бара во дворе отеля.
ротель	Это мобильная гостиница, состоящая из одно- или двухместных вагонов, предназначенная для ночлега. Есть туалеты, кухни, холодильники и раздевалки.
ботель	Небольшой гостевой дом на воде, который можно использовать как небольшую лодку, соответствующим образом оборудованный.
флотель	Большой отель, часто известный как «водный курорт». Комфортабельные номера, предлагающие туристам широкий спектр услуг: бассейн, водные горки, объекты для рыбалки, подводного плавания, подводной охоты, тренировочные залы, залы для конференций и конгрессов, библиотека, различные удобства (телефон, телефонная аппаратура, телетайп, телевизор), и т. д.). В последнее время его стали использовать для организации образовательных конгресс-круизов, конгресс-туров и бизнес-туров.
флайтель	Агроотель или «летающий отель». Это чрезвычайно дорогой и редкий тип отеля. Он оборудован посадочной площадкой и метеослужбой.
гостиница-клуб	В гостиницах такого типа, помимо номерного фонда, предусмотрено несколько залов для организации активного отдыха. Места: конференц-залы, фитнес-залы, киноконцертные залы, чаты, банкетные залы и другие.
гостиница-конгресс	Отель предназначен для проведения конференций, совещаний, симпозиумов, съездов.
бутик-отель	Элитные небольшие отели с привлекательными интерьерами.

В настоящее время в мире известно более 30 систем классификации, основанных на определении уровня комфорта. Среди них особенно распространены следующие системы классификации:

• Европейская система классификации или система «звезд» на основе французской национальной системы классификации, основана на разделении номеров на категории от 1 до 5 звезд. Такая система используется во Франции, Австралии, Венгрии, Египте, России и ряде других стран;

Буквенная система (A, B, C, D). Используется в Греции;

• система «коронок». Действует в Великобритании;

• Индийская система.

Индийская система классификации отелей особенно распространена в развивающихся странах.

Данная система также предусматривает разделение номеров на пять категорий: «одна звезда», «две звезды», «три звезды», «четыре звезды», «пять звезд». Эти категории определяются специальной комиссией на основе подсчета баллов. Пример: категория «1 звезда»: отель, относящийся к этой категории, должен располагаться в хорошем районе, в здании, подходящем для отеля (максимальная оценка 15 баллов); сотрудники, контактирующие с клиентами, должны владеть английским языком в объеме, необходимом для работы (максимальный балл 5 баллов) и т.д.

Для получения категории «2 звезды» необходимо набрать 150 баллов, для «3 звезд» — 210 баллов, для «4 звезд» — 250 баллов, для «5 звезд» — 290 баллов. В каждой стране критерии классификации отелей – это уровень комфортности, который понимаются по-разному, а также ряд факторов, определяемых культурно-историческими и национальными традициями стран, препятствуют введению единой классификации отелей мира.

Деятельность Всемирной туристской организации (ВТО), Европейского сообщества, Комитета гостиничного и ресторанного хозяйства, Международной ассоциации отелей в этом направлении пока малоэффективна. ВТО лишь предложила стандартную

классификацию средств размещения. В этой классификации гостиницы и аналогичные заведения входят в одну из четырех основных групп.

В мировой практике в пределах одной страны действуют несколько систем классификации. Например, в Великобритании, помимо системы «корон», используется система классификации, предложенная Британской ассоциацией туристических агентств — «British Travel Authority» (BTA). Для уравнивания действующей в Великобритании системы «корон» с системой «звезд» необходимо из общего числа «корон» вычесть одну «звезду» (например, уровню «четырех корон» соответствует три «звезды»). Система классификации отелей, предложенная Ассоциацией британских агентств, о которой говорилось выше, также предусматривает такое соответствие:

бюджетные отели – «1 звезда»;

- гостиницы туристической категории – «2 звезды»;
- гостиницы средней категории – «3 звезды»;
- отели первого класса – «4 звезды»;
- отели высокого класса – «5 звезд».

Широко используется в мире французская национальная система классификации отелей. Эта система делит туристические отели на 6 категорий. Пять из этих категорий предусматривают определенное количество звезд («1-звездочные», «2-звездочные», «3-звездочные», «4-звездочные» или «5-звездочные» отели). Одна категория – без звезды. Такая система позволяет более полно охватить рынок гостиничных услуг. Отель, не соответствующий минимальным требованиям, не может претендовать на присвоение категории. Такие требования объединены в следующие группы:

А- количество комнат;

Б – общие здания и помещения;

В – гостиничное оборудование;

Д – комфортность места проживания;

Е – предоставление услуги;

F – помещения для инвалидов и маломобильных групп населения.

Согласно немецкой системе классификации, гостиничные предприятия делятся на пять категорий. Чтобы уравнять эту систему с европейской системой, здесь предполагается, что каждой категории соответствует определенное количество звезд:

• туристическая категория – «1 звезда»;

• стандартная категория – «2 звезды»;

• комфортная категория – «3 звезды»;

• первая категория – «4 звезды»;

• люкс – «5 звезд». Другие системы классификации также пытаются определить свою совместимость со системой «звезд». Например, в Греции отели категории A оцениваются как «четыре звезды», отели категории V - как «три звезды», отели категории C - как «две звезды», отели категории D - как «одна звезда». В Италии отели первой категории соответствуют уровню «четыре звезды», отели второй категории — уровню трех звезд, а отели третьей категории — уровню «двух звезд».

Уникальным аспектом немецкой системы классификации является то, что она предусматривает категории для гостиничных заведений, таких как гостевые дома, караван-сараи и отели «гарни». Обязательные требования типа «ресторан», «общественное питание» при определении категорий гостиничных предприятий этого типа не предусмотрены, а необходимое количество дополнительных требований значительно меньше:

- для первой категории – 90;

- для комфортной категории – 50;

- для стандартной категории – 15.

Кроме того, этим предприятиям может быть присвоена максимум первая категория («4 звезды»).

Ключевые слова и фразы: гостиница, гостиничная индустрия, услуги размещения, услуги общественного питания, типы отелей, европейская система классификации, французская национальная

система классификации, индийская система классификации, немецкая система классификации.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Что такое индустрия гостеприимства?
2. Разъясните порядок оказания услуг гостям в сфере гостиничного хозяйства.
3. Услуга по размещению в основном включает в себя какие работы?
4. Каковы уровни классификации международных отелей?
5. Расскажити об особенностях французской национальной классификационной системы.
6. В чем различие немецкой системы классификации гостиниц?
7. Опишите систему «корона» и «индийскую» систему гостиниц.

Задания по подготовке к практическим занятиям

Составьте перечень типов гостиниц Самарканда и предоставляемых в них основных и дополнительных услуг и подготовьте презентацию.

Тестовые вопросы

1. Какие льготы предоставлены гостиницам в Указе Президента Республики Узбекистан от 2 декабря 2016 года «О мерах по обеспечению ускоренного развития сферы туризма Республики Узбекистан»?

а) освобождены от налога на имущество;

б) гостиницы должны продавать в установленном порядке только 25% своего дохода в иностранной валюте;

г) гостиницы должны продавать в установленном порядке только 15% валютной выручки;

д) освобождаются от обязательной продажи валютной выручки.

2.Сколько систем классификации отелей существует в международном туризме?

а) 30 ;

б) 4 ;

д) 15;

е) 25.

3. Количество мест в малых гостиницах в классификации отелей по вместимости?

а) до 150 ;

б) до 200 ;

д) больше 150;

е) больше 200;

4. Национальная классификационная система какой страны использует систему» звёзд»?

а) Франции;

б) Германии;

д) Америки;

е) Индии.

5. В какой стране используется система «букв»?

а)В Греции;

б)в Германии;

д) в Америке;

е) в Индии.

ТЕМА 8. УСЛУГИ ПИТАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

8.1. Услуги питания в сфере туризма

Согласно анализу зарубежной литературы, услуга питания является одним из древних видов бизнеса. В Европе подобные услуги зародились в старинных отелях и монастырях. Первоначально в городах небольшие ресторанчики начали предлагать простую еду и такие продукты, как хлеб. Один из таких ресторанов, Le Restaurant Divin открылся в Париже в 1765 году. Знаменитые английские таверны предоставляли еду и напитки, а также жилье.

В целях развития туризма в Узбекистане, расширения системы оказания услуг туристам и создания для них всех условий выделяются крупные средства на строительство новых туристических комплексов, гостиниц, кемпингов, ресторанов, баров, транспортных объектов. Развитие туризма такими темпами обязательно требует развития и общественного питания, ведь всем туристам, будь то отечественным или иностранным, приходится независимо от этого пользоваться услугами ресторанов или сетей общественного питания.

В противном случае людям придется носить всю еду с собой или готовить и есть ее дома. Но у туристов таких возможностей нет, поэтому они вынуждены пользоваться услугами общественного питания, а наличие этих обстоятельств позволяет гармонично развивать туризм в целом. Именно поэтому одним из основных видов услуг в туризме является услуга питания.

Единой классификации предприятий общественного питания во всем мире не существует. Однако во многих странах выделяются отдельные виды заведений питания, широко распространенные во многих странах. Есть также рестораны с национальной кухней, которые славятся такими блюдами, как итальянская, китайская, греческая, Турецкая, английская, американская, индийская, французская, немецкая. Некоторые из них очень дешевые, некоторые дорогие.

Обычно туристам интересно познакомиться с кухней страны, в которой они находятся. В большинстве случаев гиды предоставляют информацию об интересных национальных и недорогих ресторанах города, также организуются туры для знакомства с национальными ресторанами. Например, в Баварии туристов угощают баварской (немецкой) кухней, то есть знаменитыми белыми колбасками и баварским пивом. А в Мюнхене туриста обязательно водят в «Хофбрейххаус», то есть самый большой пивной зал.

В Австрии подают всемирно известные шницели, ну и конечно в Италии обед не обходится без пасты (макарон). Афганские, колумбийские, индийские и чешские рестораны работают в США и во многих других странах. В последнее время стали появляться и вегетарианские рестораны, или начали работать зарубежом узбекские рестораны с национальными блюдами.

В зарубежных странах и в нашей стране увеличивается количество ресторанов, предлагающих «халяльную» еду и продукты для арабских стран и мусульман, принадлежащих к исламской религии.

Виды питания – утренний завтрак, полупансион, полный пансион всегда указаны в туристических услугах.

Полупансион (двухразовое питание) включает завтрак и обед или ужин. ***Пансион*** - трехразовое питание. Дорогие варианты обслуживания могут включать в себя возможность есть и пить (в том числе алкогольные напитки) в любое время и в любом количестве в течение дня и даже ночи.

Что касается завтрака, то туристу удобно не покидать отель, хотя есть средства размещения, не обеспечивающие питание, и питаться туристам рекомендуется в ближайшем ресторане. В таких случаях стоимость услуги по размещению резко падает.

Организация питания также должна учитывать состояние здоровья туриста. Неправильное питание, плохо приготовленная пища могут привести к отравлению. Например, до 40% туристов страдают от диареи, когда едут в Египет и Индию. Особую

опасность представляют вода и еда от уличных торговцев, а также некачественная еда в ресторанах. Также необходимо учитывать общепринятые ограничения в питании у некоторых категорий туристов (не употребление свинины, пост), особые требования вегетарианцев, требования детского питания. Особенности таких требований в питании туристам следует указывать при покупке тура. Потому что питание иностранных туристов обычно устраивают в отдельных залах или ограниченной части общего зала, а обслуживание их должно осуществляться в местах, подготовленных с большим вниманием и вкусом.

Процесс питания туристов в ресторанной зоне включает в себя обустройство торговых залов и дополнительных вспомогательных помещений в здании ресторана, расстановку столов и стульев в принятом порядке, подготовку посуды, расстилание скатертей на столах, подготовку обеденных столов и подготовку официантов для работы. Организация работы ресторана, интерьер и внешний вид здания должны быть готовы к его открытию.

Таким образом, необходимо создать возможность для туристов пользоваться различными услугами. Чтобы принять туристов и обеспечить им качественный сервис, сотрудникам следует также обратить внимание на расстановку мебели в ресторане, расставить столы по прямой или в шахматном порядке, чтобы между ними было удобно ходить, а также другое оборудование должно быть размещено по желанию туристов, с учетом страны приезда и других обстоятельств.

Предоставление иностранным туристам услуг питания является важной частью сферы туристической деятельности. Следовательно, вид обслужива-ния туристов состоит из двух частей: первая - качество и ассортимент кухни и продуктов питания, вторая - усовершенствование качества процесса реализации продуктов питания и услуг потребителям. Качество и ассортимент одинаково важны для всех, независимо от типа заведений общественного питания и процесса разницы категорий.

Одним из условий удовлетворения запросов потребителей является своевременная реализация продукции и удовлетворение всех необходимых запросов. Например, в бизнесе или отеле решающее значение имеет быстрое обслуживание, в том числе скорость, с которой заказанная еда доставляется к столу и обслуживается сам клиент. А качество обслуживания в ресторанах зависит от видов работ, то есть от того, каким обслуживанием занимаются сотрудники. В число этих поставщиков услуг входят административные услуги, официанты, гардеробщики и другие. Качество обслуживания и показатели данной деятельности в сфере общественного питания следующие:

• организация качества и подачи блюд, горячих и холодных десертов на высоком уровне;

• разнообразие ассортимента блюд, подаваемых в ресторане, предпочтения клиентов по видам напитков и других продуктов;

• во время еды необходимо быть вежливым с обслуживаемым, предоставить карточки-меню самому клиенту, быть внимательным к потребностям клиентов. Скорость выполнения заказа клиента и предоставление различных способов оплаты заказа;

• официанты должны соблюдать все правила при обслуживании клиентов, разливе вина и напитков в бокалы и фужеры, а также других подобных услуг во время еды;

• обеспечение чистоты и комфорта в зале, личная гигиена, внешний вид должны соответствовать категориям ресторана.

Одним из основных требований в сфере общественного питания является доставка еды и напитков потребителям на основании установленных сертификатов и стандартов и по установленным ценам.

8.2. Виды и классификация услуг питания в сфере туризма

Наряду с реализацией текущих процессов модернизации экономики, основную часть экономики занимают предприятия сферы услуг. Их доля в валовом внутреннем продукте, в составе занятых в экономике, в налогах, уплачиваемых в государственный

бюджет, в таких важнейших вопросах, как создание новых рабочих мест, постоянно увеличивается, и продолжение этого процесса подкрепляется нормативно-правовыми документами. Также на развитие сферы услуг напрямую влияет деятельность предприятий общественного питания. Предприятия общественного питания характеризуются и классифицируются по различным признакам. В таблице 8.2.1 представлена классификация субъектов общественного питания по следующим 10 признакам. В таблице приведены характеристики субъектов сферы общественного питания и их аспекты по типам.

При анализе этого графика, мы выше рассмотрели некоторые признаки, рассматриваемые в нем. По продолжительности срока действия он делится на постоянный и сезонный виды. Поскольку туристы, посещающие нашу страну, приезжают в сезонный период, мы не можем обеспечить им постоянное обслуживание. Поэтому в зависимости от периода деятельности мы оказываем услуги туристам в определенные сезоны года, в определенный период питания. Отсюда видно, что оказание услуг общественного питания в туризме требует обозначения определенного времени.

Таблица 8.2.1

Классификация субъектов общественного питания[28]

№	Особенности классификации	Определение
1.	По статусу	- субъекты, действующие индивидуально, имеющие статус физического лица; - лица (предприятия и организации), имеющие статус юридического лица.
2.	По форме собственности	- предприятия, основанные на личной или частной собственности; - предприятия, основанные на общественной собственности; - государственные предприятия;

[28] Sharipov T. S. Umumiy ovqatlanish korxonalari samaradorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Samarqand viloyati misolida), i.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. –S.: SamISI, 2010.

		- предприятия смешанной формы собственности; - предприятия, основанные на собственности иностранных государств и граждан.
3.	По месту расположения	- в городах; - в кишлаках; - при гостиницах; - в махаллинских центрах; - при учебных учреждениях, вагонах; - в санаторно-курортных учрждениях - в производственных учреждениях; - в различного вида клубах; - при рынках; - вдоль автотрасс; - в аэропортах; - в портах; - на кораблях; - в других разрешенных местах.
4.	По форме обслуживания	- самообслуживание со шведским столом; - с услугами официантов; - смешанное; - доставка продукции (на дом, в места отдыха, на работу); - осуществление мобильных услуг
6.	По уровню услуг	- люкс; - высший; - первый; - второй; - третий уровень.
7.	По организационному строению	- системный; - самостоятельный.
8.	По специализации	- неспециализированный; -специализированный (по ассортименту продукции, по национальным блюдам, по группам потребителей, по услугам).
9.	По сроку деятельности	- постоянный (в течение года, в течение суток);

		- сезонный (в определенные сезоны года, в определенный период питания в течение дня).
10.	По организационной форме	- ресторан; - кафе; - бар; - столовая; - чайхана; - бар – свадебный зал; - и другие.
11.	По местоположению и перемещению	- стационарный (стоящий на фиксированном месте); - на ходу (автомобиль-кухня, автомобиль-ресторан, купе-буфет, автобуфет и т.п.).

Предприятие общественного питания определяется наличием специфических особенностей услуг предприятий определенного типа, качества уровня и условий обслуживания клиентов. Предприятия общественного питания пяти типов: ресторан, бар, кафе, кухня, столовая (свежие продукты). При определении типа предприятия обращают внимание на следующее:

- ассортимент реализуемой продукции, разнообразие и сложность ее приготовления;
- техническое оснащение – обеспечение материально-технической базой, инженерно-техническим оборудованием, строительной системой, архитектурой – планированием и т.п.;
- методы обслуживания;
- квалификация сотрудников;
- качество обслуживания, внутреннее убранство здания, манеры, поведение, эстетика и т.д.

Ресторанам и барам присваиваются категории: люкс, высшая и первая. Кафе, кухни, столовые не делятся на категории.

Категория люкс. К категории предприятий общественного питания «люкс» относятся рестораны и бары, которые отличаются от других следующими характеристиками: помещения должны

иметь уникальную объемную планировку, зал для клиентов должен быть выполнен на отличном уровне. Данное требование распространяется на рестораны и бары традиционной архитектуры, а также тематические рестораны и бары.

Наличие современного инженерного оборудования, широкое использование различных музыкальных программ, специальной мебели, подачи блюд в отдельных посудах, осветительных приборов улучшают архитектурно-художественное убранство, показывают общий вид обслуживания. Кроме того, предлагается широкий ассортимент ресторанной продукции, авторских и фирменных напитков.

Высшая категория. Данные учреждения также отличают уникальные здания, внутреннее убранство, красивая обстановка, уникальный ассортимент, индивидуальные заказы, фирменные блюда и продукты, а также изысканные напитки различного уровня.

Обычно в правилах производства и реализации продукции (услуг) общественного питания в Республике Узбекистан даётся следующая классификация и описание предприятий общественного питания: (Рисунок 8.2.1).

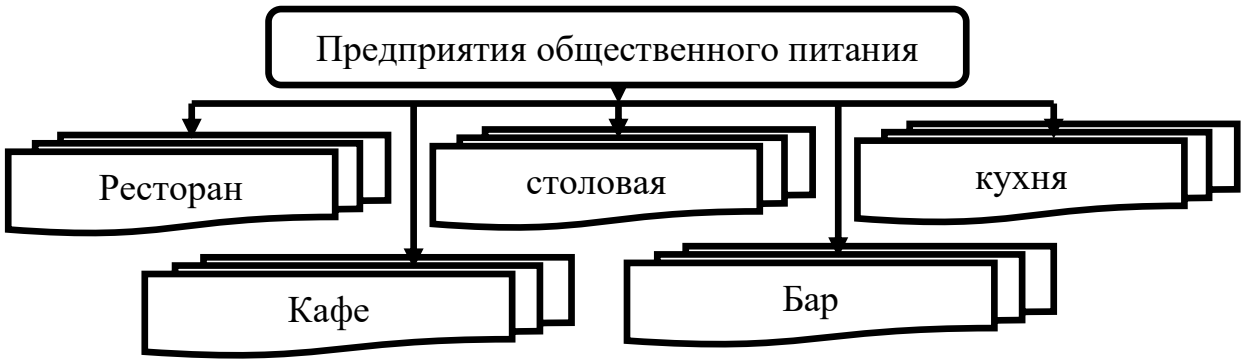


Рисунок 8.2.1 Виды предприятий общественного питания

Ресторан – удобное предприятие общественного питания, имеющее собственное имя и предлагающее потребителю изысканно приготовленные качественные блюда, широкий ассортимент кулинарных изделий и напитков. В меню ресторана включены порционные и фирменные блюда. Обслуживание

осуществляют высококвалифицированные повара и официанты. Официанты ресторана, обслуживающие иностранных туристов, должны знать иностранный язык и уметь общаться с гостями.

Рестораны не ограничиваются обслуживанием только определенных клиентов. Они обслуживают крупные национальные конгрессы, собрания, конференции, семинары, официальные вечеринки, приемы, свадьбы, семейные торжества, банкеты, тематические вечеринки и т. д. В ресторанах клиентам, участникам больших собраний, советов, конференций предоставляется полноценный рацион питания.

Рестораны расположены на центральных, людных улицах, вокзалах, аэропортах, судовых терминалах, пароходах, круизных лайнерах, плавучих домах отдыха, а также на стадионах, пригородных территориях, административно-развлекательных комплексах, памятниках истории и архитектуры. В условиях Узбекистана их открывают возле крупных рынков, развлекательных центров. Во многих ресторанах перед праздником, в субботу и воскресенье, проводится дегустация национальной еды. Некоторые рестораны предлагают услугу семейного ужина. В этом виде обслуживания составляется специальное меню, в котором учитываются вкусы детей.

В ресторане класса люкс, помимо заказных и фирменных блюд, можно заказать блюда, не прописанные в меню. В ассортименте ресторана должны быть шоколадные конфеты, свежие фрукты и т.п. Витрины ресторанов класса люкс и высшего класса украшаются различными декоративно-художественными материалами, оптической подсветкой, цветными слайдами и фотографиями. Витрины выполнены таким образом, что в них хорошо видна деятельность предприятия, отражены уникальные особенности кухни, набор услуг, предоставляемых клиентам.

Тканевые изделия, используемые на кухне – полотенца, скатерти, салфетки, полотенца для рук изготавливаются на заказ в зависимости от особенностей ресторана. На каждом из этих предметов должна быть эмблема ресторана. Меню в ресторанах

категории люкс и высшей необходимо печатать в типографии. Если в этих ресторанах обслуживают иностранных гостей, меню печатается на трех языках: английском, французском, немецком.

Бронированные брошюры, рекламные плакаты, буклеты, листовки, поздравительные и пригласительные открытки и другая печатная реклама изготавливаются из плотной бумаги или глянцевого обработанного картона. Помимо названия и логотипа ресторана, обложка меню также будет содержать изображение, отражающее тематику ресторана.

Рестораны класса люкс должны иметь следующие дополнительные услуги: приготовление праздничных блюд, доставка на дом, бронирование мест на определенный период времени, вызов такси по желанию клиента, продажа цветов и подарков. Кроме того, в ресторанах класса люкс и высшего класса выделено место для выступления оркестра.

Благодаря концертным программам ансамблей и театральных коллективов создаются условия для полноценного отдыха посетителей. В ресторанах класса люкс используется качественная стереофоническая радиоаппаратура, на каждом столике установлены динамики, настраивающие звук. Рестораны различаются следующими признаками:

- по ассортименту приготовленных блюд (национальные блюда, блюда зарубежных стран);

- местонахождение – в городе, на вокзалах, в гостинице, зоне отдыха, вагоны-рестораны и т.п.

В залах ресторана с целью создания комфорта для клиентов создаются зоны для установки архитектурно-конструктивных декоративных элементов, мебели и другого оборудования. Основные виды мебели в ресторанах: столы на двоих, четырех, шести человек (прямоугольные, квадратные, круглые и других форм); ресторанные стулья, диваны, серванты для официантов, вазы, сервировочные столики и т.д. Городские рестораны расположены в черте города и работают только в определенные

часы. Они рекомендуют широкий выбор еды, закусок и напитков, в основном специализируются на обедах и ужинах.

Станционные рестораны расположены на железнодорожных и аэровокзалах и обслуживают пассажиров круглосуточно. Еда, закуски и напитки в меню этих ресторанов ограничены.

В сеть отелей, входящих в гостиничный комплекс, входят два ресторана – один с изысканной кухней и небольшой с менее дорогой едой и напитками.

Ресторан, расположенный на корабле предназначен для обслуживания туристов и пассажиров. В этих ресторанах подают завтрак, обед и ужин, продают продукты питания, кондитерские изделия, прохладительные напитки и дорожные принадлежности. Пассажиров обслуживают официанты.

Вагоны-рестораны имеются в поездах дальнего следования. Обычно такие рестораны обслуживают пассажиров, путешествующих более одного дня. Рестораны для автомобильных туристов располагаются на перекрестках автомагистралей, крупных автовокзалах, где туристы питаются и отдыхают.

Бар – это небольшой ресторан, ранее называвшийся таверной. Имеются в широком ассортименте самые разнообразные напитки. Также, в баре имеется еда, закуски, кондитерские изделия. Задача баров – обеспечить хорошее обслуживание посетителей, создать расслабляющую атмосферу в комфортном, хорошо оборудованном, красивом месте, организовать музыкальное сопровождение, стереофоническое звуковое оборудование, выступления артистов, телевидение, видеотрансляции.

В баре могут быть даже игровые автоматы и танцполы на 50 человек. По видам продаваемых напитков и продукции бары делятся на следующие типы: пивные, винные, молочные, коктейль-холлы, коктейль-бары. Коктейль-холл отличается от коктейль-бара размером зала и разнообразием оборудования.

Бары обычно открываются при административно-культурных и торговых центрах, микрорайонах, возле ресторанов, кафе, гостиниц.

По конструкции зданий бары располагаются следующим образом:

• в вестибюлях – там, где люди встречаются и общаются;

• ресторанные бары – расположены внутри здания, в холле;

• вспомогательные бары – расположены на этажах гостиницы;

• банкетные бары – расположены в банкетных залах;

• мини-бары – расположены в номерах отеля.

Салат-бары оборудованы специальной стойкой и имеют открытую холодильную витрину. В специальных емкостях готовятся всевозможные салаты: зеленый салат, из огурцов, редиса, помидоров, яиц, картофеля, моркови, укропа, лука, петрушки, капусты, а также мяса, рыбы, колбасы, сыра и т.д. В отдельных емкостях подается соус из масла, уксуса, горчицы, сливок, сметаны, майонеза, сахара, соли, специй. По своему вкусу и аппетиту каждый гость кладет в свои блюда соответствующие продукты. Эти бары представляют собой разновидность «шведского стола».

Фруктовые бары— новый вид ресторанного бизнеса. Он появился как мероприятие, направленное на решение социальных проблем, таких как снижение потребления алкоголя. Бары такого типа располагаются в зданиях особенным образом, оборудованы очень просто: расставлены прилавки, витрины вмещают до 15 видов сокосодержащих напитков, молочные коктейли, электрические кофемашины, самовары. Помимо соков, клиенты могут насладиться чаем, кофе, выпечкой из кондитерского ресторана.

Молочные бары отличаются от других своим ассортиментом. Помимо молочных и масляных коктейлей, в ежедневное меню бара входят сэндвичи, сыр, колбасы, несколько видов молочных продуктов, пудинги, сливочные и сырные соусы, выпечка, десерты и напитки. Бары, где клиенты сами участвуют в приготовлении еды, становятся все более популярными. Молочные бары располагаются в крупных торговых центрах рядом с фирменными молочными магазинами. Их главная цель – как только клиенты попробуют еду, они поймут ее вкус и бар станет популярным.

Диско-бары – днем работают как кафе, вечером работают в качестве бара. Здесь всегда устраивают дискотеку. Диско-бары работают в отдельных зданиях или в подвалах отелей. Залы диско-бара должны быть художественно оформлены, отвечать требованиям времени. Танцпол должен быть покрыт цветным паркетом, а освещение подходить к общему виду. В диско-барах устанавливается большой экран для показа слайдов, размещается мощное музыкальное оборудование, устройства для различного освещения, а также телевизоры и видеомагнитофоны. Музыкальную программу ведет сотрудник диско-бара. В этих барах проходят молодежные вечеринки с участием оркестров, певцов и актеров. Ассортимент рекомендуемых продуктов различен: обычно легкие, охлажденные, смешанные напитки, закуски, сэндвичи, горячие блюда. Рекомендуется разнообразная выпечка и мороженое.

Экспресс-бары (мгновенное обслуживание) – работают в торговых центрах, гостиницах и на вокзалах. Ассортимент продуктов должен соответствовать функции бара: сэндвичи, нарезка, фарш, хлебные блюда, различные кондитерские и молочные изделия.

В стендап-барах ограниченный выбор блюд. Это стейки, сэндвичи, блюда из птицы, утоляющие жажду напитки, соки, коктейли, кофе.

Пивные бары – пиво продается на разлив или в бутылках. Разливное пиво можно продавать из специальных емкостей или напрямую из автоцистерны завода через торговые автоматы. В продаже рекомендуется иметь фруктовые соки и минеральные воды. Счет оплачивается официантами чеком бармену или продавцу в точках самообслуживания. В пивных барах продают пиво, а также горячие и холодные закуски. К ним относятся: бутерброды, сыры, подходящие к пиву, различные соленья, сушеная рыба, жареный картофель, подсушенный черный хлеб, соленые огурцы, соленый миндаль и т. д.

Винные бары работают при отелях, ресторанах, кафе. Также доступны легкие закуски, время ограничено, и это очень удобно для тех, кто спешит перекусить. Если такие бары расположится внутри крупных ресторанов, можно будет встречаться с друзьями, ждать гостей и вести беседы. Вы можете расслабиться за чашечкой чая или кофе.

Гриль-бары располагаются в торговых центрах, городских районах, зонах отдыха, оживленных магистралях и ресторанах. В гриль-баре посетители могут попробовать редкие, необычные блюда. Ассортимент блюд здесь позволяет посетителю быстро перекусить. Самые распространенные блюда в этих барах – жареная рыба, курица, шашлыки, стейк. В гриль-барах еда готовится прямо на глазах у посетителей. В гриль-барах перед барными стойками ставят столы или длинные стулья. За прилавком сидит продавец.

Кафе - обеспечивает потребителей питанием и отдыхом. Ассортимент скромнее, чем в ресторане. Кафе выполняет задачу по приготовлению и доставке блюд клиентам. Ассортимент их ограничен, а приготовление не представляет большой сложности. В кафе предлагается горячий чай, кофе, какао, холодные соки, минеральная вода, йогурт, молоко, выпечка и сладости.

В качестве вторых блюд можно подать простые в приготовлении блюда, такие как яичница, сосиски, блинчики, на первое-супы. Из ассортимента напитков в безалкогольном кафе убирается винно-водочная продукция, увеличивается продажа безалкогольных напитков и кондитерских изделий. В этих кафе есть дискотека, могут проводиться свадьбы, юбилеи, семейные обеды, выставки новых блюд и продукции.

Кафе-мороженое – самое популярное место для отдыха. Не все семьи ходят в рестораны и бары, поскольку эти заведения ориентированы на старшую возрастную группу, а цены высокие. Очень популярны кафе-мороженое, сюда можно прийти всей семьей, поесть мороженого и отдохнуть. Процесс приготовления мороженого также уникален. Кафе-мороженое не требует большой площади.

В торговом зале такого кафе: образцы ассортимента мороженого размещены в низкотемпературной витрине. Имеется мебель, принадлежности для приготовления горячего чая и кофе для клиентов. Кроме того, в кафе-мороженом можно купить всевозможную выпечку и кондитерские изделия.

Кафетерии организуются при крупных продовольственных или непродовольственных магазинах. В столовых появятся горячие напитки, молочно-йогуртовая продукция, сэндвичи, кондитерские изделия и другая готовая к употреблению продукция. Продажа алкогольных напитков запрещена. Расчёт производит сам продавец.

Столовая– среди предприятий общественного питания столовая является наиболее распространенной обеденной зоной. Основной деятельностью является приготовление питания для жильцов из собственных продуктов, удовлетворение требований своих клиентов, приготовление завтрака, обеда, ужина или части из них. Столовые по месту их расположения и обслуживаемым ими потребителям, подразделяются на столовые при промышленных предприятиях, учреждениях, зданиях, учебных заведениях и т. д.,

В столовых производственных предприятий, учебных заведений и организуются различные комплексные обеды, завтраки и ужины. Столовые также осуществляют доставку еды на дом, принимают предварительные заказы, а также реализуют продукты питания и полуфабрикаты. Они используют методы самообслуживания и заранее накрывают на стол. Столовые различаются:

-по ассортименту продукции: столовые общего и диетического питания;

- по обслуживанию клиентов: школьники, студенты и т.п.;

- по адресу: для всех, для работников образовательных и предприятий, учреждений.

-по составу потребителей – молодежное кафе, детское кафе и т.д.

Закусочная - предлагается ограниченный ассортимент холодных и горячих блюд, простые и быстрые блюда: колбасы,

сосиски, пельмени, яичница. В закусочных можно выбрать любую еду, и во многих случаях ее едят стоя. Как только еда будет выбрана, оплата будет произведена сразу. Это можно сделать через банкоматы. В закусочных запрещена продажа алкогольных напитков.

Буфет – предприятие, предназначенное для быстрого обслуживания потребителей ограниченными видами горячих и холодных напитков, холодных блюд, хлебных и кондитерских изделий, а также легко приготовляемых горячих и сладких блюд. Это может быть самообслуживание или обслуживание официантом. Оплата производится через продавца или торговый автомат. Буфеты функционируют в следующих местах: в гостиницах, школах, театрах, возле спортивных площадок, железнодорожных вокзалов, речных и морских судов, производственных и транспортных предприятий, строительных и других учреждений.

Обычно буфеты получают продукты из своего заведения общественного питания. Кроме того, в буфетах в общественно-развлекательных заведениях должны быть качественные кондитерские изделия, конфеты, фруктовые и минеральные воды, свежие фрукты. Запрещено продавать алкогольные напитки.

Буфеты школ и образовательных учреждений с группами продленного дня обеспечивают завтраками и обедами учащихся и сотрудников школ. Буфеты размещаются в общеобразовательных школах в порядке, предусмотренном проектом строительства школы.

В буфетах при «Домах счастья» есть фрукты, шоколад, конфеты, а также цветы и подарочные товары. В зависимости от пожеланий пары, стол может быть приготовлен заранее и обслуживаться официантами.

В чайханах продают чай и пирожные, выпечку, мясные блюда, рыбу, яйца, говядину, яичницу, и многое другое. Здесь в основном осуществляется самообслуживание. Эти чайханы составляют основу общей системы общественного питания в странах Центральной Азии.

Благодаря независимости чайханы в Узбекистане получили широкие возможности. За последние годы были построены такие чайханы, которые стали не только местом для чаепития, но и прекрасным местом для отдыха, развлечения и общения с друзьями. Здесь очень популярно среди клиентов готовить себе еду, особенно плов. Чайханы стали местами культурного отдыха.

Виды услуг и меню. При выборе вида услуги необходимо руководствоваться принципом «чем дороже, тем больше должно быть сервиса». В мире выделяют следующие виды ресторанных услуг:

Bufet (шведский стол) – клиент накладывает еду в свою тарелку. Для этого есть несколько вариантов: еду кладут в большие блюда или подогреваемые подносы; повар режет мясо для клиента и т. д.

Plate service (также называемое американским) – официанты стоят слева от клиента и кладут еду на его тарелку, а пустые тарелки забирают с правой стороны от клиента.

Family service (семейный) – еда ставится посередине стола, и каждый посетитель сам накладывает ее в свою тарелку; иногда на столе только гарниры, а мясо (рыбу) официанты сами накладывают на тарелку. Этот вид услуги еще называется английским.

Silver service – еду ставят на стол в большом блюде, с этого блюда официант кладет порции на тарелку гостя с левой стороны, а тарелку подставляет гостю с правой стороны. Этот вид ресторанного обслуживания в США и Германии называется русским, а во Франции – французским.

Gueridon service –высший вид ресторанного обслуживания, при котором официант готовит еду на специальной тележке перед столом гостя.

Следует отметить, что официант показывает только завершающий этап блюда (обжаривание в пламени спирта). Он должен уметь объяснить гостям, что он делает (если возникнут вопросы!). Во Франции этот вид услуг называется русским.

В зависимости от типа обслуживания вы можете определить, сколько официантов необходимо. Например, в сервисе Silver на одного официанта приходится 10 гостей, в сервисе Plate — 18 гостей на одного официанта. Важно даже расстояние, отведенное за столом для каждого клиента – 75 см в сервисе Silver и 60 см в сервисе Plate.

Меню – является главным условием успеха ресторанной работы, выполняет оценочную, мотивационную и аналитическую функции. Есть разные виды меню. Предложение авторского каталога повара или специального (фирменного) меню характерно только для дорогих эксклюзивных ресторанов.

В меню **«Аля карт»** представлены порционные блюда, каждое из которых имеет определенную цену. Это меню можно назвать заказным (блюда можно выбирать свободно).

«Табл дъот» - В данном меню предлагается один или несколько вариантов каждого блюда по фиксированным ценам. Такой тип меню часто используется в ресторанах европейских отелей. Преимущество в том, что гости считают это более экономичным.

«Дю жур» - В данном меню представлены следующие блюда. То есть обычно быстрые, дешевые, популярные обеденные блюда.

Следует отметить, что при организации общественного питания и использовании сервис-туров к официантам предъявляется ряд требований:

- соблюдение установленного внешнего вида и личной гигиены (чистая и выглаженная униформа, чистые руки, для девушек- минимум косметики и украшений);
- знание рецепта. Официант должен уметь объяснить, из чего приготовлена еда;
- умение общаться с клиентом (вежливость, терпеливость, тон голоса, улыбка);
- умение работать в команде.

Главное правило ресторана – все блюда должны подаваться горячими. Поэтому важна скорость подачи, но при этом качество не должно пострадать.

Ключевые слова и фразы: виды предприятий общественного питания, классификация предприятий общественного питания, виды обслуживания, обслуживание, приготовление пищи, сервировка стола.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Каковы цели и задачи службы общественного питания в туризме?
2. Какова роль и значение сферы общественного питания в экономике?
3. Перечислите основные виды предприятий общественного питания.
4. Предприятия общественного питания по каким признакам характеризуются и классифицируются?
5. Чем отличаются национальные кухни итальянская, китайская, греческая, турецкая, английская, американская, индийская, французская, немецкая?
6. Объясните разницу между услугами, предоставляемыми в ресторанах и кафе и барах

Задания по подготовке к практическим занятиям

Подготовьте сервировку стола к завтраку и ужину, сделайте презентацию.

Тестовые вопросы

1. Чем рестораны отличаются друг от друга?

а) расположением и ассортиментом продуктов питания;

б) количеством клиентов;

г) по виду напитков;

д) видами услуг.

2. Когда было принято постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О правилах производства и реализации пищевой продукции (услуг) в Республике Узбекистан»?

а) 13 февраля 2003г;

б 17 марта 2003г;

д) 2 августа 2007г;

е) 16 октября 2005г.

3. Чем столовые отличаются друг от друга?

а) обслуживаемыми клиентами;

б) сменю;

г) по виду напитков;

д) видами услуг.

4. Сколько видов услуг существует согласно ВТТ?

а) 160 ;

б) 12 ;

д) 120;

е) 200.

5. Сколько гостей на одного официанта при виде обслуживания Silver service?

а) 10 ;

б) 8;

д) 5;

е) 3.

ТЕМА 9. УСЛУГИ ТРАНСПОРТА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

9.1. Услуги транспорта в сфере туризма

За годы независимости была проделана большая работа по созданию современной дорожно-транспортной инфраструктуры, открытию новых дорог на мировые рынки, созданию развитой транспортно-коммуникационной сети, связывающей с зарубежными странами.

В состав туристических продуктов, услуг и товаров, разрабатываемых туристической отраслью, входит большой и красочный комплекс траспорт. Люди пользуются этим продуктом во время путешествий, а также для отдыха, оздоровления, лечения, повышения своих знаний и профессионального уровня в рамках туризма. **Транспортные услуги, являющиеся основной составляющей туристического продукта, составляют 27% от общего объема услуг**.

Перевозка пассажиров, в том числе туристов, осуществляется различными видами транспорта, такими как: воздушный, наземный, водный транспорт. Популярность или уровень востребованности видов транспорта для туристических перевозок зависит от географического положения и климатических условий страны, уровня экономического развития, национальных традиций, социального положения и уровня жизни людей и других факторов.

Проведенные реформы создали фактор превращения авиационного транспорта Узбекистана в одну из ведущих отраслей развития международных, экономических, дипломатических и культурных связей.

В настоящее время в республике осуществляют свою деятельность 8 авиакомпаний, в том числе новые Asia Union Airlines и Tashkent Air. В течение первого полугодия 2023 года, помимо АО Uzbekistan Airways, Qanot Sharq, Panorama Airways и Humo Air, были образованы и начали свою деятельность авиакомпании Centrum Air, Silk Avia, Asia Union Airlines и Tashkent Air.

На сегодняшний день авиакомпании Uzbekistan Airways, Qanot Sharq, Centrum Air, Silk Avia и Humo Air выполняют 93 регулярных рейса в неделю по местным направлениям. В летний сезон IATA-2023 резидентам и иностранным авиакомпаниям были предоставлены разрешения на выполнение международных рейсов на 697 частотах в неделю.

В Узбекистане расположено 10 аэропортов. им. Ислама Каримова, Самарканд, Ургенч, Бухара, Фергана – международные аэропорты. Столичный аэропорт Узбекистана: им. Ислама Каримова. им. Ислама Каримова – крупнейший аэропорт Узбекистана, обеспечивающий в среднем 18 перелётов в день. Национальные авиакомпании Узбекистана: Узбекистан Эйрвэйз, Канот Шарк. В Узбекистане нет собственного производства самолётов.

В настоящее время наша национальная авиакомпания имеет 11 международных аэропортов, среди которых: Международный аэропорт «Ташкент» имени Ислама Каримова, Международный аэропорт «Самарканд», Международный аэропорт «Бухара», Международный аэропорт «Ургенч», Международный аэропорт «Навои», Международный аэропорт «Наманган», международный аэропорт «Нукус», международный аэропорт «Термез», международный аэропорт «Андижан», международный аэропорт «Фергана» и международный аэропорт «Карши».

Повышает эффективность и тот факт, что Национальная авиакомпания «Узбекистон хаво йуллари» с 1 января 2018 года запустила две системы коридоров («зеленый» и «красный») для авиапассажиров во всех международных аэропортах на пунктах пропуска таможенной границы. Авиапассажиры, проходящие через таможенную границу, могут выбрать «зеленый» коридор в качестве формы декларирования товаров для некоммерческих целей и «красный» коридор для таможенных процедур.

В результате реформ в сфере туризма количество стран, не требующих визы для иностранных граждан, увеличилось с 9 до 100, введена система «электронная виза» для 77 стран, гражданы 109

стран получили право проживания в Республике Узбекистан. Реализованные меры позволяют существенно улучшить логистику пассажиропотока. Приведение таможенного оформления к общепринятым стандартам и упрощение таможенных формальностей направлено на создание благоприятных условий для развития туризма и повышение эффективности методов контроля.

Международный аэропорт «ТАШКЕНТ» имени Ислама Каримова. По сравнению с аэропортами стран ближнего зарубежья аэропорт столицы Узбекистана имеет удобное географическое положение, так как находится на пересечении воздушных маршрутов, ведущих из стран СНГ в Юго-Восточную Азию, Ближний Восток, Европу и Америку. Международный аэропорт «Ташкент» связан воздушным сообщением со всеми крупными городами мира. Имеет вторую категорию Международной организации гражданской авиации (ИКАО) и принимает самолеты различных типов.

Международный аэропорт «Ташкент» имеет две – южную и северную (категория II ИКАО) взлетно-посадочные полосы, основные рулежные дорожки, общей площадью 100 га со 110 стоянками для дальне- и среднемагистральных самолетов.

Международный аэропорт имеет большой практический опыт обслуживания различных типов западных самолетов. В зданиях аэропорта установлено 56 жидкокристаллических мониторов, на которых отображается визуальная информация для пассажиров, а также коммерческая реклама; есть банкоматы и пункты обмена валюты для снятия наличных.

Оснащение аэропорта оборудованием позволяет обслуживать как дальних, так и ближних иностранных пассажиров. Внедрена автоматизированная система регистрации пассажиров, что значительно повышает качество и культуру обслуживания. В настоящее время в аэропорту «Ташкент» внедрена система электронных билетов.

Пассажиры, отправляющиеся в города Узбекистана, обслуживаются через новый терминал внутренних авиалиний (Ташкент-3). Сегодня аэропорт внутренних авиалиний представляет собой комфортабельное здание пропускной способностью 400 пассажиров в час. Имеются восемь стоек регистрации пассажиров и багажа, аптека, магазин, информационная служба, междугородний телефон и т.д.

В здании аэропорта для обслуживания гостей и жителей имеются большие залы ожидания, оборудованные удобной мебелью; круглосуточная паспортная, таможенная и пограничная службы; справочные; новые конвейерные системы для перевозки багажа; международная телефонная связь; стойки покупки и бронирования билетов; магазины «Duty Free»; бары; пункты быстрого питания, обмена валюты и т. д.

Для обслуживания пассажиров бизнес-класса и первого класса имеются залы ожидания WIP (услуги для VIP-персон) и CIP (Superior Comfort). Для удобства пассажиров для перевозки их к самолету и обратно предусмотрены отдельные, полностью оборудованные автобусы.

Международный аэропорт «Самарканд». Город Самарканд – известный туристический центр не только Узбекистана, но и Центральной Азии. Международный аэропорт «Самарканд» — воздушные ворота всемирно известного древнего города Самарканда с Регистаном, мавзолеем Амира Темура, обсерваторией Улугбека, Шахи Зиндой, Имамом Бухари и многими другими историческими памятниками.

В настоящее время Самаркандский международный аэропорт стал одним из важных звеньев международных транзитных маршрутов. После реконструкции он стал аэропортом категории 1 (ИКАО), способным принимать различные типы авиалайнеров западного производства, а также воздушные судна восточного производства.

Международный аэропорт Самарканда — второй по загруженности в Узбекистане (после Ташкента). Он обслуживает

более 800,000 пассажиров в год. Аэропорт находится в северной части города на высоте 680 метров над уровнем моря

В 2022 был введен в эксплуатацию новый терминал, способный обслуживать 1200 пассажиров в час (вместо 400 ранее). Здание терминала выполнено в виде раскрытой книги, которая символизирует главный труд великого учёного Мирзо Улугбека «Новая астрономическая таблица Курагони». Бонусом для прилетающих и вылетающих пассажиров стали светящиеся на крыше терминала созвездия, которые можно наблюдать при взлете и посадке воздушных судов из нового аэропорта. Аэропорт «Самарканд» после реконструкции соответствует всем международным стандартам и принимает все современные воздушные судна, такие как A310, A320, B757, B767, B777, Ил76, Ил114.

В Международном аэропорту «Самарканд» имеется медицинский центр, комната матери и ребенка, SIP и VIP залы, ресторан и буфет, система предоставления информации пассажирам о маршрутах, Wi-Fi, междугородная международная связь, Duty Free, авиакасса. В аэровокзальном комплексе для удобства пассажиров имеется отделение связи (почта).

Международный аэропорт «БУХАРА» был открыт в 1997 году, статус международного получил в 1999 году. Он принимает и обслуживает 150 пассажиров в час. В нем есть просторная зона ожидания, буфеты, магазины, медицинский центр, камера хранения багажа, VIP и SIP зоны, оформленные в национальных традициях. Из аэропорта Бухары можно улететь в города Ташкент, Москву, Санкт-Петербург, а также в страны СНГ и другие страны. Звание «Лучший аэропорт года среди стран СНГ» присвоено международному аэропорту «Бухара», обслужившему в 2012 году по объёму перевозок до пятисот тысяч пассажиров.

Международный аэропорт «УРГЕНЧ» это международный аэропорт города Ургенч. Взлетно-посадочная полоса аэродрома Ургенч длиной 3000 метров позволяет принимать популярные самолеты Boeing 737,-757,-767 и Airbus 320,-321. В 2012 году стал

победителем в номинации «За значительный вклад в производство» в конкурсе «Лучший аэропорт года стран СНГ» Ассоциации «Аэропорт» гражданской авиации. В международном аэропорту «Ургенч» введен в эксплуатацию зал вылета пассажиров со всеми удобствами, способный обслуживать 300 пассажиров в час. Здесь есть зал ожидания, медицинский центр, бары, кафе, пункт обмена валюты и сувенирный магазин. Из аэропорта можно улететь в города Ташкент, Москву и другие города мира.

Международный аэропорт «НАВОИ». Международный аэропорт «Навои» был основан в 1962 году, а в 2007 году был модернизирован и отремонтирован. Международный аэропорт «Навои» — новый логистический центр, расположенный в центре Центральной Азии. Он расположен в центре Узбекистана и стран Центральной Азии и не менее чем в 6 часах от крупнейших мировых авиационных сетей во Франкфурте, Милане, Дубае, Индии, Шанхае и Инчхоне.

В 2009 году Корейская Авиатранспортная Компания взяла на себя руководство аэропортом в соответствии с планом 10-летнего развития и дальнейшего ускорения программы модернизации. Строительство крупнейшего терминала грузовых авиаперевозок в Центральной Азии, который может обрабатывать 100 000 тонн грузов в год с использованием новейшего оборудования, было завершено, терминал введён в эксплуатацию 12 августа 2010 года, был также построен грузовой перрон для размещения 5 самолетов Боинг 747—400, а также 4 дополнительных топливных хранилища, которые могут хранить до 5 млн литров авиационного топлива в целом, что достаточно для заправки 25 крупных судов типа B747-400 самолетов.

В настоящее время аэропорт имеет возможность перевозить как пассажиров, так и грузы. Для обслуживания пассажиров имеется современный терминал аэропорта, VIP - зал обслуживания пассажиров, комната матери и ребенка, буфет, медицинский пункт, услуги связи и транспорта.

Международный аэропорт «НАМАНГАН». Сегодня международный аэропорт «Наманган» является структурным подразделением IV класса Национальной авиакомпании «Узбекские авиалинии». Аэропорт работает круглосуточно, считается «резервным» для самолетов, следующих в Ташкент и другие направления, и имеет возможность обслуживать все виды международных рейсов. Это Ил-76, Б-767, Б-757, Б-737, А-310, А-319, А-320, А-321, Ту-214, Ту-154, Ту-134, Ил-114, RJ-85, Ан-12, Ан-24 и другие типы самолетов. Помимо Ташкента, столицы нашей страны, из аэропорта Намангана выполняются рейсы в российские города Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Красноярск, Краснодар и Нижний Новгород. Пропускная способность аэропорта – 200 пассажиров в час.

Международный аэропорт «НУКУС», являясь структурным подразделением Национальной авиакомпании «Узбекистан Хаво йуллари», располагается в северной части Нукуса, столицы Республики Каракалпакстан. Из аэропорта осуществляются регулярные пассажирские рейсы, чартерные грузовые перевозки внутри республики, а также по международным маршрутам. Аэропорт обслуживает до 200 пассажиров в час.

Международный аэропорт «ТЕРМЕЗ». В аэропорту имеется одна взлётно-посадочная полоса номер 07/25 размером 3000х60 м с цементобетонным покрытием, а так же 12 стоянок для ВС. После генеральной реконструкции аэропорт сертифицирован по 1-й категории ИКАО и принимает все типы самолетов: Ил-62, Ил-86, Ту-154, Airbus A310, Airbus A320, Boeing 737, Boeing 757, Boeing 767 и классом ниже.

Пропускная способность аэровокзала – 100 пассажиров в час с учетом 2-х выходов на посадку. Внедрена технология продажи электронных билетов и регистрации пассажиров с помощью глобальной системы SDCS. Также имеется 1 стойка для регистрации.

Международный аэропорт «Андижан» в 2015 году Андижанскому аэропорту был присвоен статус Международного

аэропорта. В здании аэропорта имеется терминал прилета и вылета пассажиров, отдельное здание — зал транзитных пассажиров и отдельное здание — зал обслуживания официальных делегаций. В настоящее время, ТОП Менеджеры зарубежных инвест компаний (Италия и Китай), разрабатывают принципиально новую воздушную гавань "Андижан". В Андижане будет построен первый в Узбекистане ЭКО-АЭРОПОРТ, здание Аэровокзала будет спроектировано в виде Герба Узбекистана. Строительство Аэропорта будут осуществлять инвесторы из Турции в 2020 году, стоимость будущих инвестиций составит 120 млн. долларов США.

В аэропорту для обслуживания пассажиров и клиентов функционируют зал ожидания пассажиров, зал ожидания транзитных пассажиров, зал вылета для пассажиров международных линий (СНГ), комната матери и ребенка, медицинский пункт, пункт обмена валюты, бар, камера хранения багажа, пограничная, таможенная и авиационная службы контроля безопасности, зал обслуживания официальных делегаций.

Международный аэропорт «КАРШИ». Международный аэропорт города Карши в Кашкадарьинской области Республики Узбекистан. С 1 октября 2019 года вводится режим «открытое небо» в ряде международных аэропортов Узбекистана, что позволит без ограничений принимать международные чартерные рейсы. Государственное унитарное предприятие «Международный аэропорт «КАРШИ» расположено в Кашкадарьинском оазисе в южной части Узбекистана, на западных склонах Памиро-Алойского хребта, в Кашкадарьинской области (территория области - 28,6 тыс. км2, климат континентальный, сухой, местами субтропический) считается ее воздушными воротами. Аэропорт расположен на юго-западной стороне города Карши.

Пропускная способность аэропорта – 200 человек в час. В здании аэропорта имеется 2 сектора вылета (внутренних и международных авиалиний) и зал прилета. Функционируют комната матери и ребенка, багажный павильон, транзитный зал, зал ожидания и буфет.

Международный аэропорт «ФЕРГАНА». Международный аэропорт «Фергана», ныне входящий в состав авиационной ассоциации «Узбекистан хаво йуллари», был основан в 1938 году и расположен на высоте 604 метра над уровнем моря. Сегодня из аэропорта осуществляются регулярные пассажирские рейсы в Ташкент и Бухару, Москву (в аэропорты Внуково и Домодедово), а также Санкт-Петербург, Казань, Краснодар и Новосибирск.

В соответствии с общепризнанными авиационными стандартами пассажирам предоставляется весь спектр услуг, связанных с воздушной перевозкой: бронирование и продажа мест, регистрация. Благодаря установке современного оборудования процедуры таможенного и пограничного контроля проводятся значительно быстрее.

Услуги перевозки туристов железнодорожным транспортом. Железнодорожный транспорт гарантирует, что туристы смогут добраться на средние расстояния по доступным ценам, быстро и с комфортом. В некоторых случаях в туристических целях можно пользоваться железнодорожным транспортом. Перевозка туристов железнодорожным транспортом считается эффективным средством туристического транспорта. Высокий комфорт путешествия, высокая скорость и компактное размещение группы туристов по доступным ценам – повышают конкурентоспособность этого вида транспорта на коротких и средних расстояниях. Железнодорожный транспорт все больше используется для осмотра достопримечательностей, экскурсий и отдыха внутри страны и вблизи границы.

Усилиями наших железнодорожников сегодня общая протяженность железных дорог достигла 6500 километров, и они охватывают всю территорию нашей страны.

За годы независимости была проделана большая работа по формированию новых стальных путей (автодорог) в Узбекистане. В пустынях Кызылкум построена железная дорога Навои-Учкудук-Султонувайстог-Нукус, построен железнодорожно-автомобильный

мост через Амударью, в сложных горных условиях построена железная дорога Ташгузар-Бойсун-Кум-Курган.

На средства Азиатского банка развития реализованы 2 крупных инвестиционных проекта, восстановлены дороги на участке Ташкент-Самарканд-Бухара, завершена прокладка волоконно-оптических линий связи протяженностью более 600 км на участке Келес- Бухара. Завершена электрификация железнодорожной линии Томачи-Ангрен. Завершено строительство железнодорожных линий Янгиер-Джизак и Янгиер-Фарход.

В 2008 году АО «Узбекские железные дороги» и Talgo (Испания) подписали соглашение о закупке 2-х высокоскоростных пассажирских электропоездов с целью организации первого скоростного пассажирского сообщения из Ташкента в Самарканд в регионе Центральной Азии.

С 8 октября 2011 года по маршруту 161/162 Ташкент-Самарканд-Ташкент запущен высокоскоростной поезд «Афросиаб» (производства испанской компании «Talgo»).

Новый скоростной поезд курсирует между городами Ташкент и Самарканд наряду с другими электропоездами, курсирующими по этому маршруту. Скоростной поезд «Афросиаб» преодолевает железнодорожное расстояние в 344 км за два часа пятнадцать минут. Максимальная скорость составляет 250 километров в час.

В состав «Афросиаба» входят 2 локомотива и 9 комфортабельных вагонов:

- 2 вагона VIP-класса (11 мест в вагоне);
- 2 Бизнес-класса (26 мест в вагоне);
- 4 эконом-класса (36 мест в вагоне);
- 1 вагон-бистро.

15 сентября 2016 года электропоезд «Афросиаб» начал курсировать по маршруту Ташкент-Бухара-Ташкент. В 2017 году в ходе государственного визита в Китайскую Народную Республику Президент Шавкат Мирзиёев встретился с представителями китайского бизнес-сообщества. Именно на этой конференции глава нашего государства выразил особую благодарность китайской

компании «China Railway Tunnel Group» за успешную реализацию строительства перевала Камчик железной дороги Ангрен-Поп. Также в рамках данного визита достигнуты эффективные договоренности между Акционерным обществом «Узбекистон темир йуллари» и ведущими строительными компаниями КНР относительно развития многих направлений, в частности, транспортной и коммуникационной инфраструктуры.

Сегодня по этой железной дороге современные высокоскоростные пассажирские поезда обслуживают население по маршруту Ташкент-Андижан-Ташкент. Два пассажирских поезда в неделю по маршруту Андижан – Бухара – Андижан, один раз в неделю по маршрутам Андижан – Ургенч – Андижан, Андижан – Москва – Андижан. Кроме того, по электрифицированной железной дороге Ангрен-Поп в день проходят десятки грузовых поездов, которые доставляют грузы к месту назначения.

Следует отметить, что количество иностранных туристов в нашей стране значительно возросло с тех пор, как начал курсировать скоростной поезд «Афросиаб». Такие поезда позволяют на высокой скорости добраться до городов Бухары и Карши. Это важно для ускоренного развития туризма в нашей стране.

9.2. Транспортные средства в сфере туризма

Роль автомобильных дорог в международной транспортно-коммуникационной системе бесценна. Только в 2016 году предприятиями отрасли реконструировано около 256 километров автомобильных дорог, капитально отремонтировано 94,4 километра дорог международного и государственного значения. В настоящее время общая протяженность автомобильных дорог в нашей стране составляет 183 000 километров. Из них 42,6 тысячи километров - это дороги международного, государственного и местного значения.

Среди туристических продуктов услуга перевозки туристов занимает одно из ведущих мест. Это выражается в том, что на всех туристических направлениях (кроме пешеходных) естественно наличие транспорта для перевозки путешественников на отдых или экскурсии и обратно домой.

Туризм как вид деятельности неразрывно связан с выездом туристов из постоянного места жительства и его невозможно представить без обеспечения транспортом.

Транспорт является важным элементом туристской инфраструктуры и составляет основной комплекс услуг, входящих в туристический продукт. Транспортные предприятия рассматриваются как отдельные формы туристских предприятий, образующих туристическую отрасль.

В сфере туризма система обеспечения транспортом представлена: как средство передвижения туристов, включенное в тур и включаемое в основные туристические услуги, доставляющее туристов от места постоянного проживания до пункта назначения (или до пункта отправления маршрута) и возвращение их обратно; трансфер – предоставление транспортного средства для встречи и сопровождения туристов; предоставление услуг по программным мероприятиям тура: экскурсионное обслуживание, выезд на мероприятия программы, посещение окрестностей, перемещение по направлению; аренда легкового автомобиля на время поездки, включенной в тур.

Классификация транспортных услуг по видам представлена на рисунке 10.2.1 ниже.

Транспортные услуги классифицируются по видам следующим образом:

По видам наземного транспорта:

• транспорт и перемещения, осуществляемые за счет физической силы человека (ходьба, катание на лыжах, велосипеде, рикши);

• с помощью животных (верблюд, лошадь, собака);

• механическими средствами; канатные дороги

• на автомобильном транспорте (колесном, цепном);

• железнодорожный транспорт – железные дороги, метро, трамвай;

• воздушные транспортные средства.

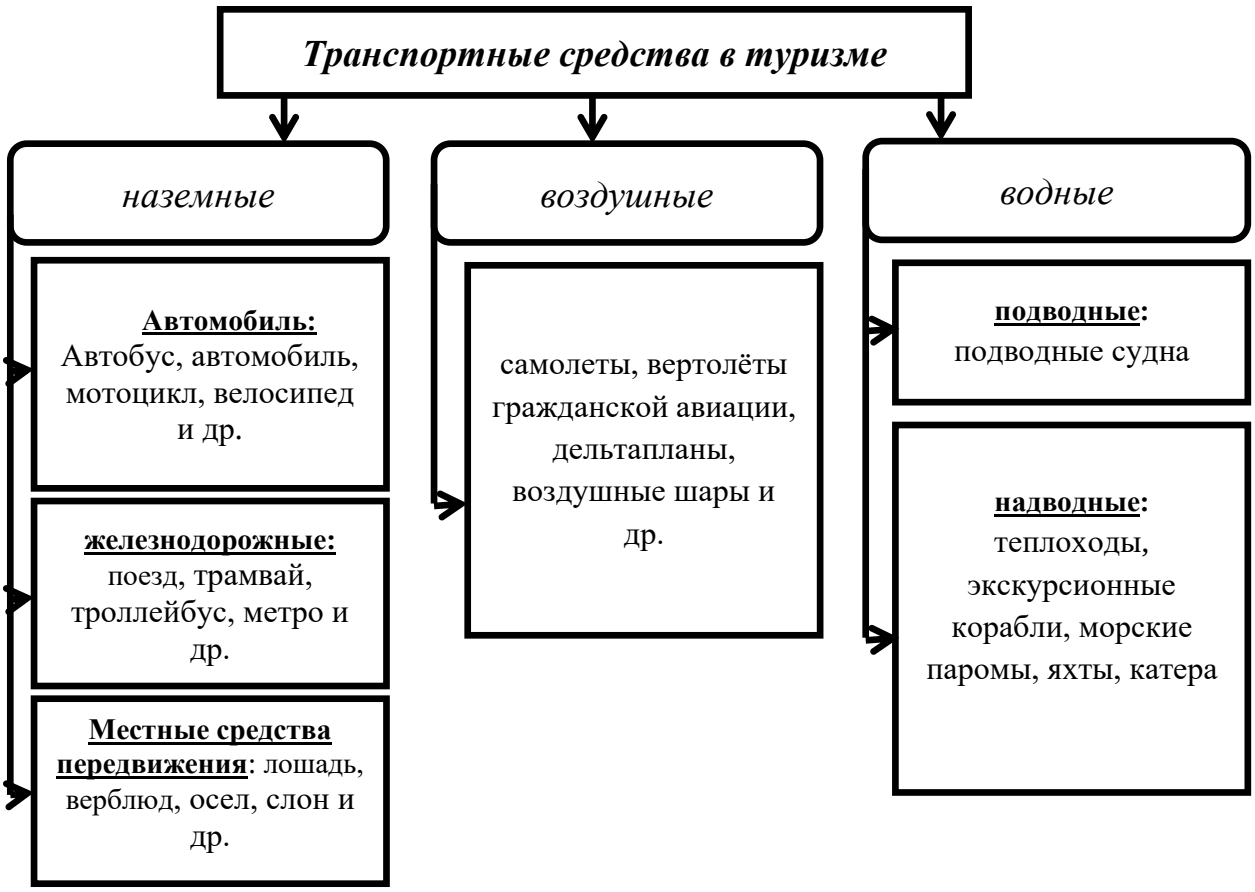


Рисунок 9.2.1 Виды транспортных средств в туризме

Виды воздушного транспорта:

• воздушные шары и дирижабли, дельтапланы, парашюты;

• вертолеты;

• самолеты малой авиации, гидропланы, сверхзвуковые лайнеры;

• космические аппараты.

Морской и речной транспорт:

• плоты и лодки;

• парусники;

• плавсредства малой механической мощности;

• морские и речные суда;
• подводные лодки.



Рисунок 9.2.2. Виды транспортных средств в туризме

Все виды транспортных систем нацелены на единую цель – полностью удовлетворить потребности путешественников.

Оказание транспортных услуг туристам определяется как совокупность услуг, предназначенных для максимально быстрой и комфортной перевозки туристов и их багажа из одного места в другое.

Предоставление транспортных услуг основано на правовой базе, подтверждаемой законодательством. Это следующие документы: 1) со стороны различных международных транспортных организаций; 2) в пределах национального законодательства стран; 3) разрабатываются в виде внутренних правил грузовых и пассажирских перевозчиков. При осуществлении международного туризма особое внимание следует

уделять различным аспектам оказания транспортных услуг. Расширение границ международного сотрудничества в сфере туризма требует постоянного совершенствования норм и правил осуществления таможенного, пограничного и санитарного контроля.

Достижения науки и техники привели к появлению транспортных средств (сверхзвуковых самолетов, высокоскоростных поездов, автомобилей, мороженого и подводного транспорта и т. д.), способных быстро доставлять людей в любую точку земного шара, а также к внедрению новых технологий в сферу транспортных услуг. Это нашло отражение в глобальных системах бронирования билетов и нетрадиционных способах продажи билетов, создании и развитии чартерных программ грузовых и пассажирских перевозчиков, развитии различных информационных систем, контроле технических и технологических режимов пассажирских перевозок, использовании электронных устройств и повышении их безопасности.

Конкуренция между конкретными транспортными структурами и между пассажирскими перевозчиками на каждом виде транспорта придала мощное направление процессу улучшения пассажирских услуг. Повышение качества и уровня обслуживания выражается в текущем техническом оснащении подвижного состава, создании комфортных условий для пассажиров, организации отдыха пассажиров на борту транспортных средств, улучшении качества питания пассажиров, а также разработке программ мотивации для постоянных клиентов транспортных компаний.

Пассажирскими перевозчиками проводятся специальные мероприятия по обслуживанию детей и пассажиров с ограниченными возможностями, а также других категорий пассажиров, что позволяет в полной мере удовлетворить потребности таких пассажиров.

Обеспечение безопасности пассажиров является важнейшим вопросом оказания транспортных услуг, оно

подразумевает соблюдения правил использования подвижного состава, профессиональной и организованной работы различных служб, обеспечивающих движение транспортных средств, а также того, чтобы пассажиры соблюдали правила поведения, использование экологически чистых видов транспорта.

Поскольку перевозки организованных групп туристов имеют некоторые особенности, связанные с разработкой маршрутов, бронированием билетов, размещением в транспорте, реализацией экскурсионных программ, туристским компаниям приходится устанавливать тесные связи с транспортными компаниями.

За последние 5 лет в Узбекистане осуществлено строительство и реконструкция современных автомобильных дорог протяженностью 2600 километров за счет инвестиций общим объемом около 3 миллиардов долларов, а также множества объектов придорожной инфраструктуры, включающей кемпинги, автозаправочные станции, предприятия общественного питания и бытового обслуживания.

Как предусмотрено Указом Президента Республики Узбекистан «О мерах по обеспечению опережающего развития туристической сферы Республики Узбекистан» от 2 декабря 2016 года, для приобретения новых автотранспортных средств вместимостью более 9 человек, предназначенных для перевозки туристов субъектами туристической деятельности, 3% от стоимости приобретенных автотранспортных средств было возмещено в Республиканский дорожный фонд при Министерстве финансов.

Ключевые слова и фразы*:* транспортное обслуживание туристов, «Узбекские авиалинии», «Узбекские железные дороги», развитие транспортных маршрутов, заказ билетов, транспортные компании, транспортное обеспечение, доля транспорта, классификация транспортных услуг в сфере туризма.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Как определить долю транспортных услуг в туристском продукте?
2. В чем преимущество воздушного и железнодорожного сообщения?
3. Какова система транспортного обеспечения в сфере туризма?
4. Как осуществляется классификация транспортных услуг по видам?
5. Какова роль транспортных услуг в экономике?
6. Какие виды транспортных средств существуют в туризме?

Задания по подготовке к практическим занятиям

На конкретных примерах изложите классификацию видов транспортных средств, используемых в туристических целях, и подготовьте презентацию.

Тестовые вопросы:

1. Что вы подразумеваете под оказанием транспортных услуг туристам?

а) комплекс услуг, предназначенных для максимально быстрой и удобной перевозки туристов и их багажа из одного места в другое;

б) перевозка багажа пассажиров из одного места в другое;

г) доставка туристов к достопримечательностям страны назначения;

д) транзитные перевозки туристов.

2. На основании Указа Президента Республики Узбекистан от 2 декабря 2016 года «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристической сферы Республики Узбекистан» какие льготы предоставляются при покупке новых автотранспортных средств?

а) плата взимается в размере 5% от стоимости приобретаемых автотранспортных средств;

б) сбор взимается в размере 3% от стоимости приобретаемых автотранспортных средств;

г) за приобретаемые автотранспортные средства страховая плата не взимается;

д) транспортные средства, приобретенные турфирмой, могут свободно использоваться.

3. Когда была основана компания «Узбекистон хаво йуллари»?

а) 28 января 1992 г;

б) 25 апреля 1991 г;

г) 27 мая 1993 г.;

д) 16 марта 1992 г.

4. Какой процент от общего объема услуг составляют транспортные услуги, являющиеся частью основного компонента туристского продукта?

а) 34 %;

б) 27 %;

д) 42 %;

е) 18 %.

5. Отметьте строку с правильным определением понятия «трансфер».

а) предоставление транспортного средства для встречи и сопровождения туристов;

б) оказание услуг по программным мероприятиям в туре: экскурсионное обслуживание, выезд на мероприятия программы, посещение окрестностей, перемещение по направлению;

г) аренда автомобиля на время поездки, включенной в тур;

д) пересечение территории другой страны с целью попадания в другую страну.

ТЕМА 10. ПРОЦЕССЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ УСЛУГ ГИДА И ЭКСКУРСОВОДА

10.1. Сущность и классификация экскурсионных услуг

Понятие «экскурсия» происходит от греческого слова «excursio», что означает «отправиться в путешествие, прогуляться». Определение понятию «экскурсия» впервые дано В. Далем (1882): «Экскурсия — это осмотр достопримечательностей, поиск чего-либо, сбор растений». Русский учёный М.П. Ансиферов (1923) приводил мысль о том, что «экскурсия — это прогулка, задача которой состоит в изучении темы на основе конкретных сведений».

В Большой советской энциклопедии (1978) определено, что «экскурсия-это форма и метод получения знаний путем посещения интересных объектов (памятников культуры, музеев, предприятий, мест и т. д.) под руководствоом специалиста-гида»

ЭКСКУРСИЯ (EXCURSION)[29] – 1) коллективное или индивидуальное посещение достопримечательных мест, музеев и т.п. в учебных или культурно-просветительных целях под руководством экскурсовода; 2) туруслуга, обеспечивающая удовлетворение духовных, эстетических, информационных и иных познавательных потребностей туриста или экскурсанта; 3) кратковременный тематический маршрут с целью посещения и осмотра достопримечательностей, иных объектов туристского интереса в сопровождении экскурсовода.

Анализируя понятие экскурсии, следует учитывать, что экскурсионное обслуживание состоит из объективных требований. Каждая экскурсия представляет собой уникальный активный процесс, суть которого основана на определенных законах (тематических, целенаправленных, показательных, эмоциональных, активных и т. д.).

Задачами экскурсионной службы могут быть следующие:

[29] Словарь современных терминов, применяемых в сфере туризма: Справочно-методическое пособие / Авт.сост. Е.В.Голышева, Н.В.Ивонина, И.С.Тухлиев, А.П.Темирходжаев,. - Самарканд : Zarafshon, 2018. - 408 с.

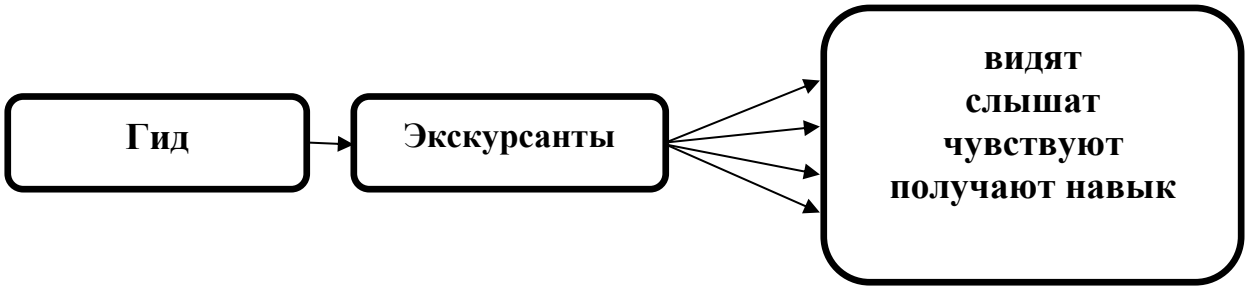


Рисунок 10.1.1.Экскурсионные услуги и их задачи

Итак, **экскурсионная услуга**– это методическая организация процесса показа памятников истории и культуры, природных ландшафтов, промышленных предприятий и других достопримечательностей. При этом сведения об объектах, событиях, связанных с ними, даются и анализируется квалифицированным специалистом-экскурсоводом.

Одной из задач экскурсионной услуги является формирование отношения экскурсантов к теме экскурсии, жизни исторических деятелей, событиям, фактам и информации экскурсии в целом формирование у них самостоятельной оценки.

Тематическое экскурсионная услуга отличается от обзорной экскурсии по городу сложностью по структуре, содержанию и стилю. Путь развития экскурсии связан с изменением ее содержания.

Сначала экскурсия называлась прогулкой в поисках лекарственных растений, позже ей придали научные цели, например, сбор образцов для краеведческих музеев. Поиск новых форм самостоятельного обучения поставило перед экскурсионной службой общеобразовательные задачи. Усилия по более эффективной организации просветительской работы превратили экскурсионные услуги в один из видов культурно-просветительской деятельности.

В заключение содержание экскурсионной услуги можно интерпретировать следующим образом: экскурсионная услуга– это совокупность знаний, передаваемых группе людей в особых формах, и для передачи знаний выбирается особая система действий.

Каждая экскурсионная услуга имеет свою задачу. Экскурсии на тему естествознания воспитывают у экскурсантов бережное отношение к природе, животному и растительному миру, экскурсии на тему истории искусств воспитывают у экскурсантов эстетическое мировоззрение, а экскурсии на тему производства воспитывают трудолюбие.

Таблица 10.1.1

Цель, функции и формы экскурсионных услуг

Цель	**Задачи**	**Форма проведения**
развлекательная	Прогулка в поисках лекарственных растений, фруктов, грибов	прогулка
учебная	Изучение учениками учебного предмета (ботаника, география, история)	внеклассный урок
научная	Поиск образцов для краеведческого музея	экспедиция
Общеобразовательная	Повышение общего кругозора	Беседы в туристических автобусах, предоставление информации об экскурсии.
культурно-образовательная	Повысить знания в истории, архитектуре, литературе и других областях.	Наглядная, многоплановая экскурсия
Культурно-воспитательная	Объединение процессов обучения и воспитания	Тематическая экскурсия

Экскурсионная услуга, как и другая культурно-просветительская деятельность, имеет организационно-методическое своеобразие. Эти характеристики показывают сходство или определенное отличие экскурсионного обслуживания от другой культурно-просветительской деятельности.

К общим особенностям экскурсионной услуги относятся:

• продолжительность (от одного академического часа (45 минут) до одного дня);

•присутствие экскурсантов (групповых или индивидуальных);

• наличие экскурсовода-гида

. наглядность, прием публики, наличие экскурсионных объектов;

•наличие заранее подготовленного экскурсионного маршрута, по которому движется группа;

• целенаправленность подачи объектов, наличие конкретной темы;

• групповая активность (наблюдение, изучение, исследование предмета).

При отсутствии любого из вышеперечисленных признаков процесс не считается экскурсией. Содержание особенностей экскурсионной услуги позволяет правильно интерпретировать её сущность. Широта обозреваемых объектов, многоплановая тематика, тщательность стиля экскурсионного обслуживания, мастерство экскурсовода позволяют экскурсии выполнять определенную функцию, способствующую формированию личности.

Каждая форма культурно-просветительской работы имеет свои отличительные особенности. Главной особенностью экскурсионной услуги является высокого уровня наглядность. Следует отметить, что перечисленные выше особенности необходимы для каждой экскурсионной услуги.

Экскурсионные услуги также классифицируются по их специфическим признакам. Вопрос классификации экскурсионных услуг всегда находился в центре внимания специалистов отрасли, и

решить эту проблему попытались еще в конце 20-х годов прошлого века.

Учёный-экскурсовод В.А.Герд в своем варианте классификации форм экскурсионного обслуживания в качестве основной цели классификации подчеркивал деление экскурсии на группы и подгруппы и выделение признаков, помогающих ориентироваться гиду при ее составлении.

Экскурсионное обслуживание может быть, как самостоятельным видом деятельности (в домах отдыха, клубах, школах), так и частью комплекса туристских услуг (в туристических агентствах).

В настоящее время экскурсионная услуга классифицируется следующим образом:

- по содержанию;
- по количеству и составу участников;
- по месту проведения;
- в зависимости от средства передвижения;
- по продолжительности;
- по форме проведения.

По содержанию экскурсии бывают многоплановыми и тематическими. в многоплановых экскурсиях пользуются исторической и современной информацией. Такие экскурсии организуются на основе показа различных объектов (памятников истории и культуры, зданий и сооружений, природных объектов, мест известных событий, городской застройки, промышленных и сельскохозяйственных предприятий и т. д.).

В многоплановой экскурсии события подробно освещаются и дают общее представление о городе, стране, регионе, республике, региона. В такой экскурсии сведения подаются в хронологическом порядке, начиная с истории появления города.

Многоплановые экскурсии имеют свои особенности и в отличие от тематической экскурсии определить их тематику сложнее. Независимо от места проведения и подачи, по составу они практически схожи. Каждая из них имеет несколько подтем

(история города, краткая история развития, наука, культура, народное образование). В экскурсии рассказывается о конкретном городе, регионе, стране в соответствии с его историческим развитием.

Например, военно-исторические экскурсии включают города, где происходили войны, такие как Бухарское ханство с восстаниями и междоусобными конфликтами. В литературные экскурсии включены города, села и улицы, связанные с жизнью и творчеством писателей и поэтов.

Тематические экскурсии посвящены освещению одной темы. Если это исторический экскурс, то в его основе лежит одно или несколько событий, объединенных одной темой.

Если это экскурсия на тему архитектуры, то в нее могут быть включены интересные произведения зодчества, расположенные в городе, на улицах и площадях, архитектурные ансамбли прошлых веков.

Тематические экскурсии делятся на исторические, производственные, природные (экологические), искусствоведческие, литературные, архитектурно-градостроительные. По своему содержанию исторические экскурсионные услуги делятся на следующие подгруппы:

- историко-краеведческие (например, «Тысячелетняя история города Самарканда», «Город под Голубым куполом» и др.);

- археологические (на примере древнего города Кампиртепа в Сурхандарьинской области; показ исторических раскопок в археологическом комплексе Афросиаб в Самаркандской области);

- этнографические- экскурсии о традициях разных наций и народов;

- экскурсия по историческим музеям.

Экскурсионные услуги **на производственную тематику** делятся на следующие подгруппы:

- историческая продукция;

- экономическое производство (например, банковское дело, фондовая биржа);

- техническое производство;

Экскурсионные услуги **по искусствоведческой тематике** делятся на следующие подгруппы:

- театрально-исторический (например, «Жизнь Самаркандского городского театра», «История русского драматического театра имени А. П. Чехова» и др.);

- музыкально-исторический (например, «Однодневная поездка в театр Хамида Олимджона» и др.);

- народное творчество (например, ознакомление с деятельностью гончаров, ювелиров и других мастеров-ремесленников Узбекистана);

- места, знакомящие с жизнью и деятельностью деятелей культуры;

- в художественных галереях, выставочных залах, музеях, мастерских художников и скульпторов и т.п.

Экскурсионные услуги **по литературной тематике** принято разделять на следующие подгруппы:

- литературно-биографические. Такие экскурсии проводятся по местам, где жили и творили поэты, писатели, драматурги (например, «Дом-музей Садриддина Айны», «Андижан – земля Бабура» и др.).

- раскрывает определенный период литературно-исторического развития узбекской литературы (например, «Литература Бухары XX века», «Литературный Ташкент» и др.).

Экскурсионные услуги **по архитектурно-градостроительной тематике** делятся на следующие подгруппы:

- экскурсия, показывающая архитектурное строительство этого города;
- экскурсия по памятникам архитектуры определенного исторического периода;
- познавательная экскурсия о творчестве одного архитектора;
- экскурсия с показом образцов современной архитектуры.

По составу участников экскурсии делятся на следующие:

- для взрослых и детей;

- для местных жителей и туристов;
- для городских и сельских жителей;
- групповые или индивидуальные.

В зависимости от места проведения: в городе, за городом, на производстве, в музее, комплексные.

По способу передвижения: пешком или разными способами передвижения. Преимущество услуг пешеходной экскурсии в том, что она позволяет обеспечить необходимую скорость передвижения и создать комфортные условия для показа объектов.

По форме проведения экскурсионные услуги могут быть следующими:

- общественная экскурсия. Пассажиры таких экскурсионных услуг обычно путешествуют в 10-15 автобусах (в каждом автобусе отдельный гид) по одному маршруту одновременно. Такие экскурсии могут включать публичные театральные представления, фольклорные гуляния;
- **экскурсия-прогулка**. Такая экскурсионная услуга обычно проводится в лесу, по берегу реки или моря и сочетает в себе элементы обучения и отдыха;
- **экскурсия-концерт.** Такая экскурсионная услуга посвящена музыкальной теме, а в салонах автобусов звучат музыкальные произведения;
- **экскурсия-представление**. Такое экскурсионное обслуживание представляет собой форму оказания литературно-художественной экскурсионной услуги, подготовленной по конкретному художественному произведению и т.п. Правильно классифицированная экскурсионная услуга облегчает работу гида с экскурсантами, является основой деятельности методических кружков.

10.2. Услуги и обязанности гида и экскурсовода

До недавнего времени гид не считался профессией, это было просто развлечение для группы любителей. Работу гида

осуществляли специалисты различных специальностей, не отрываясь от основной деятельности (педагоги, научные сотрудники музея, научные сотрудники института и др.). Лишь немногие экскурсионные учреждения и отдельные музеи имели гидов в штате. Но со временем эта деятельность стала приобретать профессиональные характеристики.

Изменение функции экскурсионного обслуживания, превращение его из формы отдыха в организационную форму культурно-просветительской работы в трудовых коллективах и сети обслуживания населения, привело к возникновению новой специальности - гида.

Статья 3 Закона Республики Узбекистан «О туризме»[30] включает понятия

гид (гид-переводчик) — физическое лицо — резидент Республики Узбекистан, профессионально подготовленное для оказания информационных и организационных услуг, ознакомления туристов и экскурсантов с туристскими ресурсами в стране (месте) временного пребывания;

экскурсовод — физическое лицо — резидент Республики Узбекистан, профессионально подготовленное для ознакомления туристов и экскурсантов с конкретным туристским ресурсом.

Гиды (гиды-переводчики), экскурсоводы могут оказывать услуги самостоятельно в качестве физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, либо на основании трудовых договоров с юридическими лицами после получения соответствующего сертификата, выдаваемого уполномоченным государственным органом.

Формирование профессии гида сложное и многогранное. Можно выделить следующие 4 этапа (табл. 10.2.1).

[30] Национальная база данных законодательства, 19.07.2019 г., № 03/19/549/3446;

Таблица 10.2.1.

Этапы формирования профессии гида

Этапы	Название процесса	Место проведения
1.	Формирование желания вести культурно-коллективную работу с людьми.	Общеобразовательные школы, клубные учреждения
2.	Иметь систему специальных знаний	ВУЗ, курсы, самообразование
3.	Обучение основам профессионального мастерства	Курсы подготовки гидов, вузы по направлению туризм
4.	Совершенствование профессиональных знаний, навыков и умений	Курсы повышения квалификации, методические кружки гидов

Профессиональные требования. Эта профессия предъявляет ряд требований к людям, выбирающим профессию гида, а именно: желание участвовать в культурно-просветительской деятельности, роль экскурсионной услуги в образовательном процессе, понимание своей роли в нем, чувство долга, наличие четких знаний по одной или нескольким экскурсионным темам, нетерпимость к бескультурью и старомодным взглядам, постоянное совершенствование своих знаний, стремление к инновациям, проявление инициативы и творческий подход к работе, умение заинтересовать туристов и углубленное изучение их потребностей, разный подход в предоставлении услуг разным группам населения; образование, высокая культура и поведение, правильное отношение к экскурсантам, иметь стиль ведения экскурсионного обслуживания, словом, хорошее знание секретов профессии.

Каждому гиду необходимо обладать знаниями не только по своей специальности, но и знать основы истории, педагогики и психологии. Важно, чтобы гид правильно анализировал свою работу, давал объективную оценку предоставляемым экскурсионным услугам, был принципиален и требователен к себе.

Профессия гида требует определенных практических навыков. Эта квалификация дает ему возможность правильно отбирать,

воплощать и эффективно передавать зрителю свои знания. Тот, кто выбирает профессию гида и экскурсовода, должен уметь: выбирать необходимую, точную информацию, читать и изучать, готовить индивидуальный текст для экскурсии по определенной теме, создавать методическое пособие, правильно и вовремя применять его на практике. Правильно использовать наглядные средства из «портфолио гида», делиться опытом с другими гидами, участвовать в продвижении экскурсионных возможностей региона и т. д.

Практические знания и навыки гида необходимы ему для участия в методической работе, проведения курсов повышения квалификации руководителей экскурсионных групп и туристов, помощи молодым гидам. Наличие практических знаний и навыков является прочной основой мастерства гида.

Профессия и специальность. Одним из основных направлений повышения профессионального мастерства гидов является специализация. Прежде всего определим значение и взаимосвязь двух понятий, таких как «профессия» и «специальность».

Профессия- это форма трудовой деятельности, требующая определенных знаний и умений. Специализация – это вид деятельности внутри профессии. Например, врач – профессия, терапевт, хирург, стоматолог – специальность и т. д. Если профессия является основным видом деятельности, то понятие «специальность» указывает на уровень приобретенных знаний и умений в рамках определенной профессии, то есть специалист – это работник, получивший определенную специальность.

Задача процесса подготовки гидов – сделать из специалистов квалифицированных гидов, то есть помочь каждому специалисту приобрести необходимые знания и навыки для профессии гида. В этом случае необходимо организовать работу таким образом, чтобы человек, пришедший в экскурсионное учреждение, не только сохранял свою специальность, но в то же время совершенствовал ее и усиливал свою задачу по хорошей организации экскурсионного обслуживания.

Учителю истории в качестве гида целесообразно проводить экскурсии на исторические темы после того. Было бы неправильно просить его подготовить тему экскурсии по предмету естествознания. Экскурсии по этой теме должны готовить специалисты – биологи, географы.

Формирование личности гида происходит в процессе становления профессии гида. Требование к личности гида состоит в том, чтобы он придерживался общих принципов и норм поведения, придерживался конкретных идей.

К основным качествам человека можно отнести:

- благоразумие – действовать разумно;
- ответственность – понимание результатов своих действий;
- личная репутация – действия, связанные с защитой своих прав;
- индивидуальность – особенность и неповторимость личности,

Исходя из характера своей профессии, гид должен проявлять активный взгляд на жизнь и использовать его в своей повседневной деятельности.

Активные жизненные взгляды – это участие человека в жизни общества. Жизненные взгляды человека отражаются на его отношении к обществу, труду, государственной и частной собственности, другим людям и самому себе. При оценке активности жизненных взглядов человека учитываются все виды коллективной, трудовой, идеологической и общественной деятельности.

Знания, навыки и умения, положительно характеризующие гида, базируются, прежде всего, на его умении выполнять порученную ему работу.

В процессе обучения гидов методисты учитывают, что они должны обладать необходимыми навыками, позволяющими готовить новые экскурсионные темы, писать рефераты, читать лекции на курсах, проводить экскурсии по маршрутам, выбирать методические указания.

Основная деятельность гида – подготовка и проведение экскурсионной услуги. Подготовка экскурсионной услуги делится на 3 части:

1) подготовка индивидуального текста;

2) помнить о требованиях методических разработок;

3) запомнить маршрут.

В процессе подготовки к экскурсионной услуге экскурсовод ищет ответы на следующие вопросы для самопроверки: С чего начать рассказ, освещая тематику экскурсии перед объектом? Как мне лучше использовать визуальную реконструкцию? Независимо от того, насколько хорошо экскурсовод освоил тему, он каждый раз готовится.

Успех подготовительного этапа зависит от индивидуальных особенностей личности гида, то есть от скорости выполнения необходимых заданий и организаторских способностей. В понятие «подготовка» входит и моральная подготовка, то есть вера в свои знания, в оказание экскурсионной услуги на высоком уровне, и что туристы останутся довольными увиденным и услышанным.

10.3. Требования и обязанности к гиду и экскурсоводу

В статье 31. Республики Узбекистан «О туризме» Права и обязанности гидов (гидов-переводчиков), экскурсоводов и инструкторов-проводников отмеченно[31]

Гиды (гиды-переводчики), экскурсоводы и инструкторы-проводники имеют право:

требовать от туроператора, турагента или заказчика туристского продукта обеспечения необходимой информацией для выполнения своих обязанностей во время тура;

ознакамливаться с документами (при наличии договора), определяющими их права и обязанности;

самостоятельно заключать договоры с туристами и экскурсантами.

[31] Национальная база данных законодательства, 19.07.2019 г., № 03/19/549/3446;

Гиды (гиды-переводчики), экскурсоводы и инструкторы-проводники обязаны:

иметь соответствующее образование, квалификационный сертификат и своевременно проходить повышение квалификации;

знать историю, культуру, этнографию, экономику и другие сферы страны из официальных или достоверных источников;

иметь навыки планирования туристского маршрута и экскурсионного сопровождения;

носить нагрудный знак (бейджик) с именем и фамилией во время выполнения своих функциональных обязанностей;

знать меры безопасности и иметь навыки практических действий в чрезвычайных ситуациях, оказания первичной медицинской помощи.

Роль гидов в современной туристической индустрии несравненна. Особенно при работе с иностранными гражданами гид воспринимается как представитель своей страны. Во время экскурсии поведение гида, дружелюбное отношение и уважение к гостям формируют у них представление об этой стране и обществе в целом.



Рисунок 10.3.1. Процесс работы гида и экскурсовода

Экскурсовод – это не только представитель турфирмы, но и человек, рекламирующий потенциал своей страны, предоставляющий гостям новую информацию и помогающий осуществлять определенные виды деятельности (шопинг, общение с людьми, обучение танцам и т. д.). Как координатор он соединяет цепочку всех мероприятий (экскурсия – концерт – отдых – экскурсия) и услуг (полиция – аптека – связь – транспорт).

В случае несчастного случая гид должен уметь оказать первую помощь, быть арбитром мира при возникновении конфликтных ситуаций между туристами (экскурсантами) и местными жителями, уметь привлечь внимание туристов (экскурсантов) в качестве диктора. во время экскурсионной услуги он как организатор должен уметь собирать вокруг себя людей. Группа гида без организаторских способностей может рассредоточиться, отклониться от графика путешествия, опоздать на мероприятие (концерт, обед) и, как следствие, весь запланированный маршрут может быть испорчен.

Поэтому гид-это не только поставщик услуг, но и менеджер, управляющий процессом путешествия. Тактику и план мероприятий он разрабатывает после изучения пожеланий туристов (экскурсантов). Изучая пожелания туристов, необходимо выделить два важных элемента:

• процесс исследования посещаемой территории туристами (экскурсантами);

• эффективное и ответственное управление всей запланированной программой.

Турист верит, что его будет сопровождать профессионал, ответственный, знающий, предоставляющий правильную информацию и умеющий решать сложные ситуации. Экскурсовод должен иметь максимум информации о флоре и фауне местности, объекте и исторических событиях.

Гиду легче приступить к работе, если он составит программу своих действий с учетом состава и сегмента участников. Гиды делятся на разные типы в зависимости от их деятельности:

Гиды по историческим местам и памятникам. Гиды, работающие в городах, где сохранились архитектурные и культурные объекты, древние руины, сооружения, вызывающие интерес туристов (экскурсантов). В таких городах Узбекистана, как Самарканд, Хива, Бухара, Коканд, Шахрисабз гиды данной категории водят туристов по интересным объектам.

Гиды в этой категории должны:

– знать историю региона, обычаев местного населения, быта;

– иметь информацию об истории здания или сооружения, его уникальности, архитектурном стиле и стиле орнамента;

– полагаться на доказательства и соотносить их с объектами;

– желательно использовать повествовательно-историческую информацию, вызывающую интерес туристов (экскурсантов).

Неправильно искажать или преувеличивать исторические события без четких доказательств. Процесс должен быть организован таким образом, чтобы гид показывал все основные запланированные объекты и следовал программе.

Музейные экскурсоводы. Гиды этой категории отличаются узкой специализацией. Обычно они имеют полную информацию об одном музее (например, картины, костюмы, национальные блюда и т. д.). Чтобы туристы (экскурсанты) могли легко получать информацию, гид делит их на сегменты и старается удовлетворить информационные потребности каждого из них как по объему, так и по содержанию, а также пополнить их знания.

Гиды для специальных туров отличаются от других гидов тем, что являются специалистами в той области, которую представляют. Часто они работают со своими коллегами или теми, кто интересуется этой областью (орнитология, ботаника, этнография, гастрономия и т. д.). Специальные экскурсоводы обладают обширными знаниями в своей области, провели независимые исследования, нашли уникальную информацию и стали мастерами своего дела.

Специальные экскурсоводы при организации своей работы (в природных парках, заповедниках) должны учитывать следующее:

- с учетом того, что показ объекта ограничено определенным временем;
- наличие доступа к определенным зонам;
- наличие потребности туристов в информации о флоре и фауне;
- правила поведения экскурсантов, соблюдение личной безопасности и т.д.

Таблица 10.3.1

Обязанности гида

Внешность	***Профессиональные требования***
• соблюдение личной гигиены; • аккуратный внешний вид • дисциплинированность в действиях; • цивилизованная одежда или униформа; • не курить во время работы; • приятность внешность и т. д.	• знание экскурсионной работы; • эрудиция и умение донести информацию; • предоставление полной информации о маршруте; • умение заинтересовать группу, а также индивидуальный подход к каждому клиенту; • знание национального и зарубежного этикета; • умение оказать медицинской помощи; • способность принимать решения в нестандартных ситуациях, брать на себя ответственность в различных ситуациях; • способность разрешать конфликты; • работа со всеми руководящими органами.
Личные качества	***Требования турфирмы***
• хорошее физическое здоровье; • психическая устойчивость; • коммуникабельность; • дисциплинрованность; • вежливость; • артистические способности, способность быть режиссером и организатором; • патриотизм; • соблюдение субординации.	• внести ответственность за все события, происходящие на маршруте; • обеспечение безопасности туристов; • выполнять все обязанности, возложенные на компанию (в рамках своей деятельности); • умение анализировать ситуацию, понимать и исправлять ошибки и недостатки до жалоб туристов; • умеет работать в команде с коллегами и партнерами; • быть оптимистом и не растеряться; • сохранение репутации компании, отсутствие обмана и т.д.

В Узбекистане услуги гидов, требующие определенной квалификации, предлагают и другие специалисты. Например, альпинисты организуют туры в горы, рафтингисты - по реке, спелеологи – в пещеры, охотники – в леса. Обычно они также работают с командой, обладающей некоторыми знаниями и навыками в этих областях. Если гид соответствует перечисленным ниже требованиям, это принесет пользу туроператору, туристам, местным жителям и самому гиду.

В противном случае туристы (экскурсанты) могут пожаловаться на плохое качество обслуживания, и как следствие турфирма может отказаться от безответственного гида. В этом случае будет испорчена репутация как туроператора, так и гида.

Гид должен знать основные особенности, определяющие качество услуг:

Первое – **надежность,** то есть правильное и безупречное выполнение обещанных услуг. Туристу (экскурсанту) не следует всегда напоминать гиду о том, что какая-либо услуга, предусмотренная программой, не была оказана или оказана не в срок.

Второе – **это ответственность**, то есть желание помочь туристу (экскурсанту) и предоставить необходимую услугу. Если турист (экскурсант) обращается к гиду с просьбой, решить ее необходимо за короткий промежуток времени (максимально не обременяя других).

Третье – **энтузиазм,** то есть проявление заботы, индивидуального подхода к каждому туристу (экскурсанту). Возможны случаи, когда по каким-либо причинам у туриста (экскурсанта) складывается негативное впечатление от услуг. Гиду следует немедленно попытаться понять его и принять меры для изменения ситуации.

В-четвертых, **существенность**, то есть знание оборудования, технологий, персонала и необходимых инструментов, используемых в процессе оказания услуг. Например, при

восхождении на гору гид должен уметь продемонстрировать использование специального снаряжения.

Как уже говорилось выше, гид – это не только человек, сопровождающий группу или индивидуального туриста, но и целая система, соответствующая стандартам обслуживания, требующим решения вопросов управления. Основная задача гида – предоставить клиентам услуги, включенные в договор и экскурсионную программу, что невозможно сделать без предварительной подготовки.

Ключевые слова и фразы: гид, экскурсовод, этапы становления профессии экскурсовода, профессия, специальность, личностные качества гида и экскурсовода, индивидуальность экскурсовода, оптимизм экскурсовода, мастерство, репутация экскурсовода, культура речи экскурсовода, стиль речи, темп речи, жесты гида, культура поведения гида, дикция.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Объясните значение понятия «гид» и «экскурсия».
2. Объясните значение услуг гидов в туризме.
3. Объясните особенности экскурсионного обслуживания.
4. Объяснить услуги гидов, их содержание и классификацию.
5. Объясните функции экскурсионной службы.
6. Каковы требования к квалификации и навыкам гида и экскурсовода?
7. Объясните этапы становления профессии гида.
8. Каковы права и обязанности гида экскурсовода.

Задания по подготовке к практическим занятиям

Подготовьте программу проведения экскурсии по достопримечательствам г. Самарканда и Бухары. Оцените по методике деятельность гида и экскурсовода по этим объектам.

Тестовые вопросы

1. Какой ответ правильно описывает экскурсию?

а) это процесс показа объекта, осуществляемый по четко определенному плану, с тематическими сюжетами, с целью ознакомления или обучения;

б) выезд физических лиц из места постоянного проживания на срок не более 12 месяцев на лечение, учебу, работу или иные цели;

г) гражданам, постоянно проживающим в границах своей страны, предлагается совершить поездку в туристических целях в месте временного пребывания;

д) выезд в туристических целях за пределы страны постоянного проживания, если деятельность не оплачивается по месту временного прибытия.

2.Что входит в технику проведения экскурсии?

а) расположение группы перед объектом; вернуться в автобус, следовать плану экскурсии в соответствии с технологической схемой;

б) туристы выходят из автобуса; передвижение от автобуса до объекта;

г) беседа с туристами;

д) использование индивидуального текста во время экскурсии, использование «портфеля гида» и аудизаписи; работа с микрофоном.

3. Какие правила следует соблюдать туристам во время экскурсии?

а) не вставать и не ходить во время движения автобуса; не ходить куда-либо без предупреждения гида на остановках, сидеть только на своем месте, не курить в автобусе; не мешать водителю;

б) не идти куда-либо без предупреждения гида на остановках, не вставать во время движения автобуса; не мешать водителю; не задавать вопросы гиду;

г) не беседовать с гидом; сидеть на своем месте; не курить в автобусе;

д) правильный ответ не указан.

4. Цели экскурсии -

а) патриотизм, почитание труда, эстетическое и экологическое воспитание, изучение истории города и его вклада в экономику государства, знакомство с природой страны и т. д.;

б) выезд в туристических целях за пределы страны постоянного проживания, без оплаты деятельности по месту временного прибытия;

г) разработка новых тем экскурсий исходя из потребностей постоянных клиентов туристских учреждений, исходя из экскурсионных возможностей городов и регионов;

д) Все ответы верны.

5. Требования к культуре речи гида -

а) правильное произношение, вежливость и большее использование устной речи;

б) правильная речь и вежливость;

г) использование мимики;

д) иметь независимое мнение.

ТЕМА 11. ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ВИДОВ ТУРИЗМА

11.1. Проектирование и создание программы туристических услуг

Формирование туристских услуг в Узбекистане регулируется государственными стандартами. Краткое описание услуг служит основой для создания туристской услуги. Он состоит из набора требований, учитывающих возможности поставщика услуг и согласованных с заказчиком услуг, определенных в результате изучения потребностей рынка.

Руководство туристской организации определяет порядок и процесс запуска конкретной услуги, методы организации услуги, а также определяет ответственность каждого участника процесса проектирования услуги.

Проектирование туристских услуг осуществляется в следующем порядке (Рисунок 11.1.1):

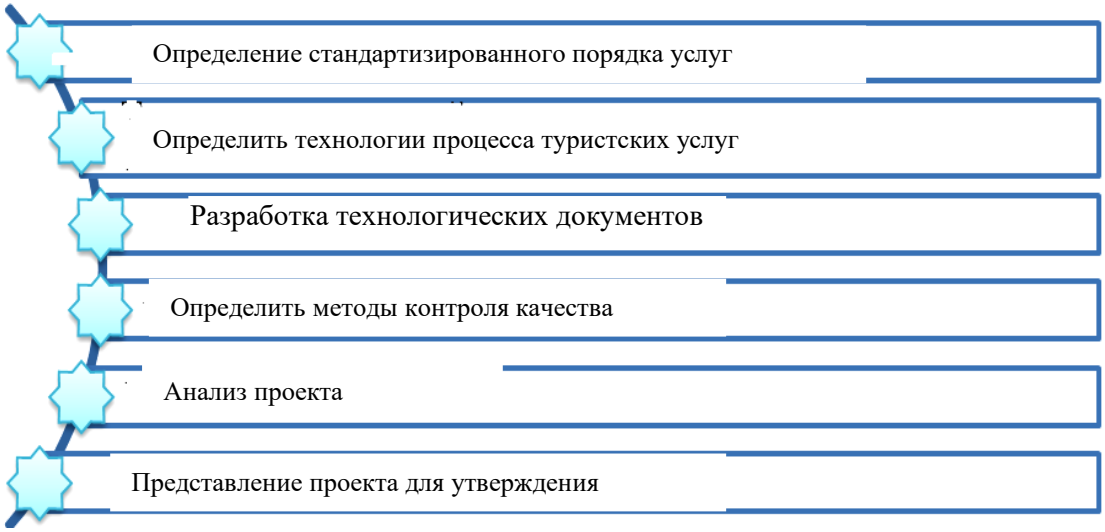


Рисунок 11.1.1 Порядок проектирования туристских услуг

Каждое описание услуги должно быть максимально актуально для потребителя и исполнителя. Конкретное описание услуги не должно быть меньше требований государственного стандарта, установленного для соответствующих видов услуг.

Документы, детализирующие требования к процессу оказания услуг туристам, должны отражать следующее:

- описание процесса, формы и методов оказания услуг туристам;
- содержание описания процесса туристского обслуживания;
- требования к типу, количеству и пропускной способности используемого оборудования;
- количество необходимых сотрудников и уровень их профессиональной квалификации;
- договорное обеспечение заказов и услуг;
- гарантии;
- необходимые договоры (с владельцами рекреационных акций, санэпидем службы и пожарной безопасности, ГАИ и другими органами).

Конкретные требования к процессу оказания услуг туристам не должны быть ниже требований действующих нормативных документов.

Проектирование процесса оказания услуг туристам осуществляется для каждого этапа оказания услуг (например, предоставление информации об услугах, оказание услуг, оплата услуг) и для каждого из них создается отдельная технологическая карта.

Содержание и последовательность этапов могут меняться в зависимости от типа услуги. Результатом проектирования туристской услуги являются технологические документы (технологические карты, инструкции, правила, положения и т.п.).

В документах по контролю качества должны быть указаны формы, методы и организация контроля за процессом оказания услуг туристам в целях обеспечения их соответствия проектным характеристикам.

Проектирование контроля качества включает в себя:

- определение важных аспектов процесса предоставления услуг, оказывающих существенное влияние на характеристики услуг;

- определение способов редактирования характеристик услуг;

- определить методы оценки характеристик.

Анализ проекта является заключительным этапом проектирования, и его цели заключаются в следующем:

- характеристика проектируемой услуги обеспечивает и безопасность здоровья и жизни туристов и также окружающей среды;

- процесс оказания услуг туристам соответствует проектным характеристикам;

- методы контроля качества обеспечивают объективную оценку характеристики процесса оказания услуг.

Анализ проекта проводится подразделениями туристического учреждения, осуществляющими соответствующую деятельность.

Утверждение проекта- заключительный этап создания проекта. Процесс проектирования и оказания туристских услуг утверждается руководителем туристского предприятия по согласованию с заказчиком. Изменение проекта может производиться по согласованию с заказчиком в обоснованном случае и утверждается руководителем туристского предприятия. Рассмотрим проектирование некоторых туристических услуг на примере туристической поездки. **Процедура проектирования услуги «Туристическое путешествие» предполагает два этапа:**

1.Проектирование каждой услуги, входящей в состав «Туристического путешествия», в соответствии с программой туристского обслуживания.

2. Комплексное проектирование услуги «Туристическое путешествие».

Планирование тура, осуществляемое туристским учреждением, предполагает соответствие возможностей туристского учреждения потребностям туристов. Резюме по услуге «Туристическое путешествие» составляется исходя из потребностей населения в виде и форме путешествия и изучения рекреационных возможностей на конкретной территории. Краткое описание услуг определено в проекте программы туристического обслуживания.

Создание программы туристской услуги включает в себя следующие понятия:

- маршрут путешествия;
- перечень туристических предприятий, являющихся поставщиками услуг;
- время экскурсий, предоставляемых каждым предприятием-поставщиком услуг;
- содержание экскурсий и экскурсионных объектов;
- список туристических туров и поездок;
- комплекс развлекательных мероприятий;
- время остановки в каждой точке маршрута;
- количество туристов, участвующих в поездке;
- вид транспорта при внутри маршрутных грузоперевозках;
- потребность в туристических гидах-экскурсоводах, гидах-переводчиках, других обслуживающих кадрах и необходимость в их переподготовке;
- транспортные средства;
- подготовка рекламных, информационных и картографических материалов, описание путешествия в информационных буклетах для туристических путевок.

Результат проектирования услуги «Туристическое путешествие» любого туристического предприятия выражается в следующих технологических документах:

- технологическая карта туристической поездки;
- график загрузки туристического предприятия;
- информационный буклет туристического направления, предоставляемый потребителю;
- подготовка отчета об экспедиционном обследовании маршрута туристического путешествия.

Проектирование услуги «Туристическая поездка» требует выполнения следующих мероприятий:

- проведение экспедиционного осмотра района и маршрута туристического путешествия;

- разработка и подготовка проектов размещения и оборудования на маршруте туристического путешествия;
- расчет количества необходимого туристического снаряжения и транспортных средств;
- определение потребности в туристических гидах-экскурсоводах, другом обслуживающем персонале и организация их подготовки;
- подготовка рекламно-информационных материалов, касающихся маршруту путешествия;
- определение мер по обеспечению безопасности услуги «турпоездка».

Разработка маршрута путешествия осуществляется с учетом умеренных климатических условий регионов, экологических и санитарных норм и требований, определенных в действующих нормативных документах (соответствие нормам в области охраны природы) и на основании реальных возможностей развития конкретного вида туризма.

Документальной основой проектирования услуги «Туристическая поездка» является отчет об экспедиционном осмотре маршрута и социологическом исследовании пожеланий туристов.

Результатом проектирования услуги «Туристическая поездка» является ее дорожный паспорт. Дорожный паспорт туристической поездки согласовывается со следующими организациями:

- с органами санитарно-эпидемиологической службы;
- с другие организации, контролирующими движение транспортных средств (ГАИ, водная инспекция и т.п.);
- с органами управления земельными участками (собственниками), если через их территорию проходит маршрут туристического путешествия.

Проектирование требований в процессе оказания услуг туристам. В документы, выражающие требования в процессе оказания услуг туристам, должны быть включены следующие элементы:

- описание процесса, форм и методов оказания услуг туристам;
- важность характеристики процесса туристской услуги;
- требования к типу, количеству и сервисным возможностям используемых средств;
- необходимое количество сотрудников и уровень их профессиональной подготовки;
- согласованная поставка услуг и продукции;
- гарантии турфиры;
- необходимые соглашения (собственники рекреационных ресурсов, органы санитарно-эпидемиологического и пожарного надзора, госавтоинспекции и т.п.).

Рассмотрим на примере, как проходит проектирование различных видов туристических услуг. Например, Туристическая компания «Горы Чимган» начала **проектирование услуги туристической поездки по зоне отдыха Чимган -Белдирсай.** Это делается в два этапа.

1. Проектирование каждого вида услуг согласно программе туристского обслуживания.

2. Полное проектирование услуг.

Проектирование тура, осуществляемый компанией, предусматривает, что возможности предприятия соответствуют спросу туристов.

Сюда принято включать краткое описание услуг, основанное на изучении потребностей и требований населения. На примере видов, форм и возможностей туристических поездок в Чимган - Белдирсайскую зону отдыха Ташкентской области.

Разработка программы услуг включает в себя:

- определение маршрута, то есть расстояния в километрах (5, 10, 20 км и т.д.) и характер местности (низкое-высокое, гористое, водное, лесистое и т.п.);

• перечень туристических предприятий – предоставляющих услуги (гостиницы, транспортная организация, ресторан, экскурсионное бюро, пункт проката);

• время предоставления тура каждым поставщиком услуг (время работы, сезон);

• характер экскурсии и достопримечательности экскурсии (а именно специализация группы и орнитологические, исторические, экологические, природно-исторические места, встречающиеся на пути);

• перечень туристических поездок (сколько поездок можно организовать за сезон с учетом нагрузки на окружающую среду);

• комплекс досуговых мероприятий (дискотека, игровые залы и т.д.);

• продолжительность пребывания в каждой точке маршрута (т.е. сколько часов/дней туристы останавливаются в местах отдыха);

• количество туристов, участвующих в поездке (размер выявленных групп);

• виды транспорта для перевозки по маршруту (автомобиль, вертолет, лошади, велосипед);

• потребность в инструкторах-методистах, гидах, гидах-переводчиках, другом обслуживающем персонале и их дополнительном обучении;

• формы и подготовка рекламных, информационных и картографических материалов, план путешествий для информационных буклетов в туристическом путеводителе.

В результате составлены следующие технологические документы туристской услуги «Горы Чимган»:

• технологическая карта туристических путешествий;

• график загрузки туристического предприятия;

• информационный лист туристического билета, предоставляемый потребителю;

• проект услуги «турпоездка»;

• проведение экспедиционного осмотра места и маршрута туристической поездки;

• подготовка проекта размещения и оборудования туристических объектов и размещения на туристическом маршруте;

• расчет необходимого количества туристического инвентаря и транспортных средств;

• определения необходимость организации подготовки инструкторов-методистов, других поставщиков услуг и их обучения;

• подготовка рекламно-информационных материалов с описанием маршрута путешествия;

• определение мер службы безопасности.

Разработка маршрута путешествия должна осуществляться в районах с благоприятными природными условиями. Эти территории должны соответствовать экологическим и санитарно-гигиеническим требованиям, указанным в действующих нормативных документах, а также учитывать реальные возможности развития конкретных видов туризма.

Документальной основой проектирования являются отчет об экспедиционном обследовании туристского маршрута и материалы социального исследования пожеланий туристов по обслуживанию на маршруте.

По результатам будут разработаны паспорта маршрутов туристских путешествий, которые должны соответствовать следующим:

- органы санитарно-эпидемиологической службы, другие организации, контролирующие движение транспортных средств (автоинспекция, водная инспекция и т.п.);
- органы управления земельными и водными объектами, по которым проходит туристский маршрут.

Проект услуги «Экскурсия» предполагает следующие особенности:

- тематическая направленность;
- объекты просмотра;

- продолжительность экскурсий;
- объем информации;
- результаты социального исследования экскурсии.

11.2. Процесс расчета туристского продукта

Предлагается рассмотреть турпродукт под названием **«Древние города Великого шелкового пути»**, в которую входят города Ташкент, Бухара и Самарканд. Этот маршрут предлагается французским туристам. Продолжительность путешествия – 7 дней и 6 ночей. Делаем расчет на одного туриста. В основной турпродукт (турпакет) мы включаем следующее:

Во-первых, **транспортные услуги (ТСер)** – перелеты из Парижа в Ташкент и обратно. Цена билета – прилет и вылет на самолете – 980 долларов.

Во-вторых, **трансферные услуги (СерТр)** – это затраты на перевозку туриста из аэропорта в отель и обратно, а также перевозки туриста по стране. Допустим, эти затраты за один день составляют 40 долларов.

В-третьих, **проживание в гостиницах (Асс)** - в Ташкенте (2 суток), Бухаре (2 суток) и Самарканде (2 суток) в среднем один двухместный номер - 30 долларов в сутки. В эту стоимость входит стоимость завтрака.

В-четвертых, **питание в ресторанах** вышеперечисленных городов (обед и ужин – 20 долларов).

В-пятых, **услуги переводчиков-гидов (СерГ)** в трех городах – в размере 5 долларов в день.

В-шестых, **посещение туристических мест (ТурС)** - музеи, медресе Кокалдош, обсерватория Улугбека, площадь Регистан, ансамбль Шахи Зинда, комплекс Лабиховуз и другие исторические, архитектурные, культурные объекты (всего - 50 долларов).

В-седьмых, **затраты и доход (IaP) турфирмы**, встреча и проводы туроператором - 100$.

В -восьмых, **страховая выплата (взнос) (СК)** в специализированную компанию за все дни пребывания туриста в другой стране – в размере 2$ в сутки.

Таким образом,сумма турпродукта составила:

OTur** = TSer ($980) + SerTr ($40x7 кун) + Acc ($30x 6 кун) + FR ($20x7 кун) + SerG ($5x7 кун) + TurS ($50) + IaP ($100) + SK ($2x7) = **1719 долларов.

Необходимо учитывать, что это первоначальные цены, но турфирма всегда может снизить расходы и получить скидки от авиакомпаний, автотранспортных организаций, отелей, объектов архитектуры и т.д.

Дополнительные услуги могут быть включены по желанию клиента. Например, туристам выделяется свободное время (для шоппинга, для самостоятельного путешествия и т. д.).

Это включает в себя катание на лошадях в горах Хумсан (Бустанлыкский район), дегустацию наших вин, посещение бани в Бухаре или частных резиденций, а также участие в свадьбах или церемониях в Самарканде. Фирма должна иметь договор с организациями и учреждениями, оказывающими подобные культурные услуги. Естественно, такие дополнительные услуги увеличивают цену продукта.

Турпродукт включает в себя подробное описание маршрута. Его можно описать как:

Первый день. Вылет из Парижа в Ташкент (6.05). Трансфер в отель (8.00). Размещение и отдых (до 9.30). Обзорная экскурсия по городу (10.00-13.30). Обед в ресторане (13.30-14.30). Посещение медресе и культурных центров совместно с экскурсоводом (13:30-17:30). Участие в театральном представлении (18.00-19.30). Ужин (в 20.00). Время сна/свободное время.

Второй день. Завтрак (7.30-8.00). Экскурсия по историческим местам (8.00-13.30). Обед (13.30-14.30). Свободное время (14.30-20.00). Ужин (20.00-21.00). Время сна/досуг.

Третий день. Завтрак (7.30-8.00). Отъезд в Самарканд (8.00-13.00). Размещение и отдых (13.00-14.00). Обед (14.00-15.00). Прогулка по городу, посещение театрального представления в Регистане (15.00-20.00). Ужин (20.00). Время сна/досуг.

Четвертый день. Завтрак (7.30-8.00). Экскурсия по историческим памятникам (8.00-13.30). Обед (13.30-14.30). Свободное время (14.30-20.00). Ужин (20.00-21.00). Время сна/досуг.

Пятый день. Завтрак (7.30-8.00). Отправление в Бухару. (8.00-12.00) Размещение и отдых (12.00-13.00). Обед (13.00-14.00). Обзорная экскурсия по городу, участие в театральном представлении в Лабиховузе (15.00-20.00). Ужин (20.00-21.00). Время сна/досуг.

Шестой день. Завтрак (7.30-8.00). Экскурсия по историческим памятникам (8.00-13.30). Обед (13.30-14.30). Свободное время (14.30-20.00). Ужин (20.00-21.00). Время сна/досуг.

Седьмой день. Завтрак (7.30-8.00). Отъезд в Ташкент (8.00-18.00). Обед по дороге (13.00-14.00). Прогулка по городу (18.00-21.00). Трансфер в аэропорт (21.00). Вылет в Париж (24.00).

Из вышесказанного требуется, чтобы маршрут был детальным и определенным, а в его составе присутствовала схема движения - карты города. Он должен содержать сведения о всех достопримечательностях, расположении отелей, ресторанов, контактных телефонах и другую необходимую полезную информацию. Например, во время своих путешествий туристы выражают желание посетить обсерваторию Мирзо Улугбека – учёного, внесшего большой вклад в развитие астрономии.

Поэтому необходимо подробно остановиться на этой теме и дать сведения о жизни и научной деятельности Улугбека. Кроме того, можно отметить места, где на пути путешественников останавливались древние люди. Все это следует передать звучно и содержательно.

Как уже говорилось выше, туристические продукты продаются туристам в упаковках («пе-кидж»). Туроператор предлагает

турагентам комиссионные скидки, либо турагент взимает надбавку за свои услуги - рекламу, поиск клиентов, оформление документов и т.п.

При этом необходимо знать, как рассчитать стоимость тура, который предлагается в упаковке. Цена турпродука может быть рассчитана методом нормативной калькуляции. Сюда входят все расходы, связанные с оказанием услуг туристам. Формула турпродукта рассчитывается следующим образом:

$$Ptur = \frac{SU + Stax + \Pr T - ZT \pm Kd}{Ntour + Ngr}$$

Здесь **Ptur** – стоимость турпакета одного туриста в национальной валюте (или долларовом эквиваленте);

SU – стоимость услуг, включенных в турпакет туроператора;

Stax – сумма косвенных налогов на отдельные виды услуг (НДС);

PrT – прибыль туроператора в национальной валюте (или долларовом эквиваленте);

ZT – скидка, предоставляемая туроператором туристу на отдельные виды услуг, включенных в турпакет;

Kd - начисление комиссии турагенту, продающему турпакет (в большинстве случаев это надбавка к цене турпакета или скидка туроператору в пользу турагента);

Ntour – количество туристов в группе;

Ngr – количество людей, которые сотрудничают в качестве гидов в группе.

При рассмотрении цены турпакета важно учитывать следующее, в том числе:

- турист заказывает дополнительные услуги, которые не включены в стоимость данного турпакета, но готов заплатить за них дополнительную плату;

- чем больше количество туристов, тем большую скидку предлагает туроператор турагенту и тем ниже стоимость тура на одного человека;

- иногда цена тура ниже в несезон на транспорт, средства проживания, осмотр достопримечательностей, возрастной группе туристов (дети и школьники) предоставляются значительные скидки, некоторые страны предоставляют льготы для привлечения большего количества иностранных туристов;

-прибыль, включаемая в стоимость турпакета, определяется туристским предприятием в процентах от стоимости, но необходимо учитывать уровень потребности в данном турпродукте.

При этом необходимо, чтобы цена всегда была эластична, гибка, то есть точно подстраивалась под изменения рынка.

11.3. Этапы разработки туристического маршрута

Во время разработки и утверждения маршрута, в «оболочку», называемую туром, включается ряд услуг и товаров. Как уже говорилось выше, существует два вида туров

– **пекиж-тур**, то есть комплексная туристская услуга, включающая проживание, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и другие услуги. Цена данного типа указана в каталоге и прайс-листах.

– **эксклюзив-тур,** то есть отдельные туристические услуги, выбранные персонально.



Рисунок 11.3.1 Этапы разработки турстского маршрута.

11.4. Составление путеводителя и технологической карты туристической поездки в (Приложение 1)

Ключевые слова: проектирование туристических услуг, программа обслуживания, анализ проекта, технологическая карта туристского путешествия, график загрузки туристического предприятия, безопасность услуги «Туристическое путешествие», дорожный паспорт туристического путешествия, пакетный тур, эксклюзивный тур, маршрут путешествия. дорожный паспорт.

Задания и вопросы для самостоятельного контроля

1. Как проектируются туристские услуги?
2. Как создается сервисная программа?
3. Как происходит процесс расчета турпродукта?
4. Каковы этапы разработки туристического маршрута?
5. Каково содержание составления путеводителя и технологической карты туристической поездки?
6. Как составить график загрузки и маршрут туристического предприятия?
7. Каково содержание туристического дорожного паспорта?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Подготовить технологическую карту туристской поездки и дорожный паспорт, маршрут путешествия по городам Ташкент – Самарканд – Бухара – Хива. Разработать и представить туристский пакет для данного тура.

Тестовые вопросы

1. Сколько этапов включает в себя проектирование услуги «туристическая поездка»?

а) 4;
б) 2;
д) 5;
е) 7.

2. Какие технологические документы необходимы для проектирования услуги «Турпоездка»?

а) подготовка проектов размещения и оборудования на туристическом маршруте;

б) технологическая карта туристской поездки;

г) график загруженности туристического предприятия;

д) расчеты необходимого туристского снаряжения и транспортных средств.

3. С какими организациями согласовывается дорожный паспорт туристической поездки?

а) с местным хокимиятом;

б) с туристической фирмой;

г) с органами санитарно-эпидемиологической службы;

д) с другими организациями, контролирующими движение транспортных средств (ГАИ, водная инспекция).

4. Какой из туров, созданных туроператором, имеет широкое распространение?

а) комплексный тур;

б) эксклюзивный тур;

г) турпакет;

д) спецтур.

5. Выберите строку, в которой правильно дано определение эксклюзивному туру.

а) отдельные туристические услуги, выбранные индивидуально;

б) набор основных услуг;

г) набор дополнительных услуг;

д) экскурсионная услуга.

ТЕМА 12. ИНДУСТРИЯ И ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА

12.1. Сущность и составные части туристской индустрии и инфраструктуры

Индустрия туризма является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей мировой экономики, доля туризма в мировом валовом внутреннем продукте составляет более 10 процентов, в отрасли занято около 8 процентов работающего населения мира, а туристические услуги составляют более 7 процентов мирового экспорта.

За прошедшие годы было проведено множество исследований, направленных по определению содержания и сущности этого процесса. Однако исследователи и практики, пытавшиеся это сделать, столкнулись с различными трудностями и препятствиями. Основная причина возникновения таких трудностей – тесная связь туристической отрасли с другими отраслями экономики. Промышленность и сельское хозяйство, строительство и торговля участвуют как единая, отдельная структура в удовлетворении широких потребностей туризма.

Поэтому ограничить туристическую индустрию от других отраслей очень сложно. Сегодня у активного потребителя формируется индивидуальное восприятие необходимых ему услуг и это напрямую влияет на предложение. В результате индустрия туризма меняет свою структуру, создает новые туристско-рекреационные объекты, учитывающие пожелания современных туристов, привлекает новые виды деятельности, необходимые для обеспечения комфортности образа жизни, высокого качества и оригинальности услуг.

Это, в свою очередь, стимулирует интенсивное использование окружающей среды и ресурсов, составляющих туристическую инфраструктуру, и привлечение новых ресурсов (сельского и экологического туризма), которые ранее не считались туристическими. Индустрия туризма не просто использует

имеющиеся ресурсы, но и создает свой индивидуальный спрос на окружающую среду и меняет характер взаимодействия.

Индустрия туризма - совокупность различных субъектов (гостиницы, туристические комплексы, кемпинги, мотели, пансионаты, предприятия общественного питания, транспортные предприятия, учреждения культуры, экспортные учреждения и т.п.), оказывающие услуги туристам[32].

Сегодня существует множество определений понятия «индустрия туризма», самое достоверное и совершенное из таких определений было дано в статье 14 Закона Республики Узбекистан «О туризме»[33] следующим образом: **Туристской индустрией** является совокупность средств размещения, транспорта, общественного питания и развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туристскую деятельность, организаций, оказывающих экскурсионные услуги, а также услуг экскурсоводов, гидов (гидов-переводчиков) и инструкторов-проводников.

На современном этапе развития, независимо от социальной структуры страны или туристского учреждения, в туристической отрасли существует несколько различных типов предприятий, осуществляющих туристскую деятельность, таких как туроператоры и турагентства, организующие туризм. Кроме того, сюда входят предприятия туристических перевозок, гостиниц, общественного питания, аттракционов и увеселительных заведений, а также банковские учреждения, страховые службы и т. д.

В специальных видах туризма могут участвовать медицинские учреждения, образовательные учреждения, спортивные и другие объекты, отвечающие целям конкретного туристского продукта. Все эти организации гармонично дополняют друг друга и

[32] Туризм атамаларининг изоҳли луғати/И.С.Тухлиев, М.Э.Пўлатов, А.Ш.Бердимуродов. – Самарқанд, “Наврўз”, 2021, 248 бет.

[33] Национальная база данных законодательства, 19.07.2019 г., № 03/19/549/3446; 12.10.2021 г.

предоставляют весь необходимый и достаточный для потребителя ассортимент услуг.

Инфраструктура туризма[34] (tourism infrastructure) – комплекс сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, в т.ч. телекоммуникационные связи, дорог, смежных туриндустрии предприятий (перерабатывающих, бытовых, энергетических), обеспечивающий нормальный доступ туристов к турресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма.

Это автомобильный и железнодорожный транспорт, воздушное, морское и речное сообщение, обеспечение теплом, водой, электричеством, телефонной и другими видами связи. Известно, что в сфере туризма одним из важных вопросов является создание необходимой инфраструктуры на территориях, обладающих туристскими ресурсами, то есть объектами природно-климатического, историко-культурного, познавательного, социально-бытового туризма. В зависимости от проходимости дорог поток туристов может увеличиваться или уменьшаться. Дороги, рынки указывают на уровень экономического и культурного развития страны. В последние годы правительство проводит большую работу по адаптации туристической инфраструктуры нашей страны к потребностям времени.

В частности, в принятом в 2016 году Постановлении Президента Республики Узбекистан «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристической сферы Республики Узбекистан» современные объекты туристической инфраструктуры в регионах республики, в первую очередь бурное развитие гостиниц, транспортно-логистических структур, инженерно-коммуникационной инфраструктуры, широкое привлечение иностранных инвестиций для этих целей станут прекрасной

[34]Словарь современных терминов, применяемых в сфере туризма: Справочно-методическое пособие / Авт.сост. Е.В.Голышева, Н.В.Ивонина, И.С.Тухлиев, А.П.Темирходжаев,. - Самарканд : Zarafshon, 2018. - 408 с.

основой для увеличения потока иностранных туристов в Узбекистан.

Нельзя забывать, что турист – это прежде всего отдыхающий и потребитель предоставляемых ему услуг. Это касается не только автомобильных, но и железных дорог. Начиная с железнодорожного вокзала и железнодорожных путей, все коммуникационные и инженерные сети внутри него считаются составной частью туристической инфраструктуры. Не только автомобильные или железные дороги, но также дороги и дорожки, специально отведенные для туристов, должны находиться на уровне спроса.

Особое место в подъеме туристской отрасли на новый уровень имеет отсутствие проблем в коммуникациях и инженерных сетях в гостиницах и подобных местах. Давайте представим: присутствие туристов в гостиницах без теплосети, с низким уровнем электросети, без канализации или с недостаточным количеством питьевой воды – это проблемы, которые нельзя отложить и требуют неотлагательного решения в развитии туристической инфраструктуры.

Решение этих проблем, особенно в отдаленных горных районах, таких как автомагистрали, требует большого капитала. В настоящее время состояние станций на автодорогах нашей республики на недостаточном уровне для обслуживания иностранных туристов. Отсутствие современных объектов, отвечающих современным требованиям, такие как дорожные туалеты, пункты медицинской помощи, является одной из актуальных проблем, связанных со строительством инфраструктурных объектов.

Когда-то в местах, где проходил Великий шелковый путь, стояли караван-сараи. Караван-сараи служили для торговых караванов аналогами совре-менных гостиниц. В них размещались комнаты для ночевки, питьевая вода, продовольственное обслуживание и другие службы (целители, пастухи, стражники). Наша страна имеет древнюю историю и культуру.

Наши ученые в области археологии представили доказательства, что сеть, которую сейчас называют водопроводной канализацией, существовала в Центральной Азии три тысячи лет назад. Это указывает на то, что сети коммуникаций, питьевая вода (цистерны) подводились по специальным керамическим трубам. Восстановление и модернизация нашего исторического и традиционного наследия является сегодня актуальной задачей.

В настоящее время особое место в инфраструктуре туризма занимают банковско-финансовые организации и услуги. Туристы хотят пользоваться различными видами услуг во время путешествий и отдыха. То есть они хотят купить что-то по своему желанию. Каждый день они тратят много денег на развлечения. Перевозка денег, особенно крупных сумм, вызывает у туристов дискомфорт и трудности. Тот факт, что туристы везут с собой большие суммы денег, приводит к появлению воров, грабителей, вымогателей и преступников всех мастей. Как только была создана индустрия туризма, возникла проблема обеспечения безопасных денег, которые можно было бы корректировать и регулировать, и сегодня эта проблема решена с помощью виз и кредитных карт на основе компьютерных технологий.

Информационная служба очень необходима в туристической инфраструктуре как для туристов, так и для ее организаторов. При подготовке к поездке и во время путешествия туристу необходима дополнительная информация о законах, обычаях и гостеприимстве страны или региона, в который он направляется, а также карта этого места, схема транспортных магистралей.

Трудно представить туристическую инфраструктуру без современных компьютерных услуг. Мгновенная информация и общение, осведомленность о новостях - важный аспект туризма. Спрос нынешнего туриста на использование Интернета, факса и других современных технических средств указывает на масштабы туристической инфраструктуры.

Составные части индустрии туризма

Знаки классификации	Виды знаков классификации
1.Организаторы	**1.1. Туроператоры** **1.2. Турагентства** **профсоюзы**
2. Транспорт по перевозке туристов	2.1. Механические средства передвижения(велосипед, автомобиль, автобус, жел.дорога) 2.2. Воздушный транспорт 2.3. водный транспорт– морской,речной,надводный и подводный транспорт 2.4.Слоны, верблюды, лошади, ослы, собаки и др.
3. Размешение туристов	3.1.Отели,гостиницы 3.2.Мотели 3.3.Пансионаты 3.4.Кемпинги 3.5.Палатки 3.6.Ротели 3.7.Ботели 3.8.Санатории 3.9.Флотели 3.10. Хостелы 3.11. Отели-клубы 3.12. Турбазы 3.13. Гостивые дома 3.14. Апартаменты
4. Питание туристов	4.1.Кафе 4.2.Бары 4.3.Рестораны 4.4.Кухни восточных блюд 4.5.Кухни западных блюд 4.6.Кухни европейских блюд 4.7.Кухни национальных блюд 4.8.Павильоны

5. Знакомство туристов с местами путешествия

5.1.историко-архитектурные памятники
5.2. здания,построенные в годы независимости
5.3.археологические раскопки
5.4.музеи
5.5.сады
5.6.горы
5.7.водоемы

6. Организация содержательного досуга туристов

6.1.Спортивные учреждения
6.2.Кинотеатры
6.3.Театры
6.4.Концерты
6.5.Развлекательные места

7. Туроператоры

Туроператоры-юридические лица, обеспечивающие формирование турпродукта, продвижене его на рынок и его реализацию

8. Туристические агентства (турагент)

Это предприятие или физическое лицо, выполняющее функцию розничной продажи определенных туристских услуг и туров потребителю - туристу или клиентам.

9. Транспортное хозяйство

- Трансфер,часто автобусом,доставка туристов основному перевозчику, доставка туристов от терминала аэропорта, вокзала до гостиницы, и выполнение этих же операций при возвращении туристов на родину;
- Доставка туристов на дальние расстояния;
- Перевозки в автобусных и железнодорожных турах,где транспортный этап является неотъемлемой частью тура,а транспортные средства становятся местом ночлега туристов, также сюда можно отнести морские путешествия.

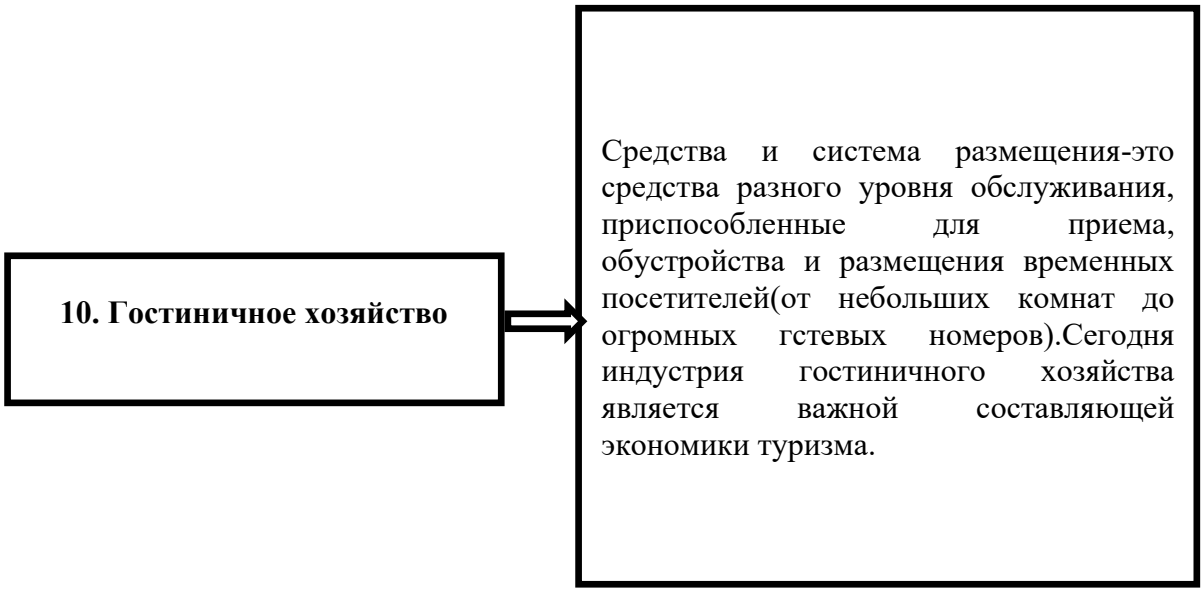


Рисунок 12.1.1. Составные части туристической индустрии





Рисунок 12.1.2. Составные части инфраструктуры туризма

С помощью современных электронных средств можно не только выбирать туристические агентства, но и предварительно заказывать билеты на туры и услуги, благодаря сети Интернет с миллионами сайтов, содержащих информацию о туристических центрах.

В настоящее время актуальной задачей считается формирование практической геоинформационной системы (ПГИС)

широкого профиля, помогающей решить ряд задач в сфере туризма для регионов Узбекистана, обладающих богатым историко-культурным наследием и уникальным природным потенциалом.

Составные части туристической индустрии и инфраструктуры по типам классификационных признаков подробно показана выше рисунках.

12.2. Деятельность туроператоров и турагентов

К организаторам туристической отрасли относятся два типа предприятий в сфере туризма: туроператоры и туристические агентства. Эти предприятия не участвуют непосредственно в самой туристической услуге, а лишь выступают посредником между потребителем (туристом) и поставщиком услуги. В свою очередь, их деятельность составляет основу предоставления услуг.

Во французском туристическом законодательстве эти предприятия правильно называются организаторами туризма в соответствии с характером их обязанностей. Бурное развитие туристической отрасли, возникновение и усиление конкуренции на туристическом рынке повлияли на деятельность туроператоров и определили их дальнейшую специализацию.

Туроператор – активный субъект туристического рынка, предлагающий туристическую продукцию в коммерческих целях, непосредственно участвующий в ее подготовке и планировании.

В ходе своей деятельности туроператор осуществляет процессы покупки, бронирования, приобретения и подготовки турпакетов на несколько периодов времени по поручению покупателей.

Туроператор - как разработчик туристических пакетов разрабатывает туристические маршруты и формирует туры, обеспечивает их реализацию, организует рекламу, рассчитывает цены на туры, реализует туры туристам напрямую или через турфирмы. Туроператор предоставляет туристам возможность выбора различных туристических услуг и одновременно облегчает задачу заказа услуг в других городах и местах.

Туроператоры играют особую роль в туристической отрасли. Они покупают туристические продукты (места в самолетах, номера в отелях), пакетируют туристические услуги и продают их различным прямым или косвенным пользователям (туристам) с целью получения прибыли. Туроператор также может продавать туристические услуги отдельно. Это делается либо ради выгоды, либо по необходимости.

Например, чтобы заполнить количество мест в самолете, купленных по льготным ценам, он также может продавать билеты, и при этом он будет выступать посредником.

В первом случае, когда туроператор создает туристический пакет, он выступает производителем туристского продукта. Во втором случае туроператор становится оптовым дилером туристических услуг, продавая услуги отдельно.

Такая ситуация может произойти, когда туроператор покупает у производителя дополнительные туристические услуги для формирования туристического пакета. Кроме того, сейчас появились специализированные оптовые туроператоры, которые имеют особые привилегии среди отелей и поставщиков услуг в связи с тем, что закупают оптом. Еще одним важным аспектом туроператора является то, что он имеет возможность гарантировать изменения цен на получаемые им услуги с целью формирования экономически удобных для туристов туристических пакетов.

Оптовые цены туроператоров всегда дешевле, чем цены отелей. Однако туроператоров следует рассматривать не как оптовиков широкого ассортимента продукции, а как производителей новой продукции. Основной деятельностью туроператора является формирование туров или турпакетов.

Согласно Закону Республики Узбекистан статье 25 «О туризме», **Туроператор обеспечивает оказание туристам и экскурсантам комплекса или части туристских услуг, входящих в туристский продукт, самостоятельно или с привлечением лиц, оказывающих отдельные туристские услуги, входящие в туристский продукт.**

Туроператор приобретает право на услуги, входящие в тур, на основании договоров с лицами, предоставляющими отдельные туристские услуги, или с туроператором по приему туристов и экскурсантов, обеспечивающим предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

В процессе формирования и реализации услуг в туроператорской деятельности организационный этап по разработке тура осуществляется в следующей последовательности:

- анализ возможностей;
- исследование спроса;
- перспективное планирование;
- заключение договоров с поставщиками услуг;
- заключение договоров с перевозчиками;
- разработка стоимости путевки и её реализация;
- обеспечение туристов необходимыми документами;
- товаро-методическое обеспечение тура;
- реализация;
- реклама и информация;
- подготовка специалистов;
- подготовка персонала на маршруте;
- контроль качества туров и обслуживания.

Сотрудничество туроператоров и турагентов является взаимовыгодным. Туроператор имеет разветвленную контрагентскую сеть, что позволяет ему увеличить объемы продаж туристических поездок, выйти на новый рынок, в том числе на рынок выездного туризма. Благодаря этому он экономит затраты на обеспечение своих сотрудников, аренду зданий и оборудования. В свою очередь турагент получает комиссию за свое посредничество в продаже туров конечному потребителю.

Его размер обычно определяется в процентах от цены реализуемого турпродукта и составляет 10%. Также она может быть увеличена (например, при реализации туристической услуги

больше оговоренного объема). Комиссия является основным источником дохода турфирмы.

У туроператора всегда есть на продажу ресурс турпродукта, тогда как турагенту требуются определенные услуги только тогда, когда клиент изъявляет желание купить.

Однако на практике иногда отличить туроператора от турагента невозможно, поскольку оба могут решать схожие задачи. Например, фирма может разрабатывать маршруты в качестве туроператора и продавать их туристам и другим агентствам. При этом та же туристическая организация может покупать услуги у других компаний и продавать их туристам в качестве турагента.

Туристское агентство (турагент) – юридическое или физическое лицо, выполняющее функцию розничной реализации отдельных туристических услуг и туров потребителям, то есть туристам или заказчикам.

В сфере агентства выделяют несколько видов деятельности: продажа туров от имени физического лица и от имени предприятия. По сути, это «магазин туристических путевок» различных туроператоров.

Все реквизиты туроператора и турагента, совершившего такую продажу, всегда указываются в туристическом ваучере, в странах, где существует понятие агентского процента, размер агентского процента всегда указывается на чеке или ваучере туристской услуги. В таких странах билеты представляют собой ваучеры, имеющие специальную рамку для записи информации на кассовом аппарате. В этом случае агентство само выполняет функцию туроператора, принимая на себя всю ответственность.

В настоящее время формируется продажа туров потребителю через Интернет, но возможность автоматизации имеют только такие этапы, как предоставление информации и предложение продукта потребителю, а также его корректировка по запросу клиента, в некоторых случаях, например, оплата через банковские счета или кредитные карты.

В сфере туризма туроператоры, как мы отметили, являются одним из основных движущих звеньев туристической отрасли. Сотрудничество туроператоров и турагентств является основой развития туризма и служит обеспечению туриста (потребителя) продуктами и услугами на туристическом рынке (Рисунок 12.2.1).



Рисунок 12.2.1. Состав рынка организованного туризма

Из данных рисунка 12.2.1 видно, что туроператоры играют ведущую роль на туристическом рынке. В процессе разработки тура туроператоры поддерживают прочные связи с предприятиями, оказывающими основные услуги в сфере туризма (транспортные услуги, услуги по размещению, услуги общественного питания, экскурсионные услуги и т. д.) и заключают с ними договора о оказании услуг. В свою очередь, в услугах туроператора заинтересованы и те, кто предоставляет базовые услуги в сфере туризма.

Ключевые слова и фразы: Составные части индустрии и инфраструктуры туризма, гид, экскурсия, туроператор, турагент, турпакет, тур, маршрут, маршрут тура, технологическая карта, маршрутный паспорт путешествия.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Какие учреждения считаются организаторами туризма?
2. Какова задача туроператора в сфере туризма?
3. Расскажите о сущности туристической индустрии.
4. Объяснить сущность туристической инфраструктуры.
5. Какова роль инженерно-коммуникационных сетей в туристической инфраструктуре?
6. Какова роль автомобильных дорог в туристической инфраструктуре?
7. Какова роль железнодорожной системы в туристической инфраструктуре?
8. Какова роль сети связи в туристической инфраструктуре?
9. Какова роль гостиничного бизнеса в туристической отрасли?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Объясните, что еще можно включить в состав туристическая индустрии и инфраструктуры. Подготовьте презентацию.

Тестовые вопросы

1.Какой документ составляется между туроператором и турагентом?

а) контракт;

б) франчайзинг;

г) фактура;

д) агентский договор.

2. Найдите строку, которая правильно описывает индустрию туризма.

а) различные субъекты туристской деятельности, предоставляющие услуги туристам;

б) туристские ресурсы, обслуживающие туристическую отрасль;

г) комплекс основных и дополнительных туристских услуг;

д) исторические, культурные, археологические туристические объекты.

3.Что входит в понятие туристической инфраструктуры?

а) потребительский заказ;

б) индивидуальные потребности каждого туриста;

г) система зданий и сооружений;

д) инженерно-коммуникационные сети.

4.Какие задачи определены в Указе Президента Республики Узбекистан о развитии туристической инфраструктуры в 2016 году?

а) система зданий и сооружений, обеспечивающих использование туристических ресурсов туристами при осуществлении туристской деятельности;

б) развитие гостиниц, транспортно-логистических структур;

г) бурное развитие инженерной и коммуникационной инфраструктуры;

д) развитие отраслей, участвующих в формировании продукции.

5.Каковы основные обязанности туроператора в сфере туризма?

а) предложения о реализации туристической продукции в коммерческих целях;

б) участвует в подготовке и планировании тура;

г) организует туристические экскурсии и участвует в них;

д) Ответы, а и б верны.

ТЕМА 13. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

13.1. Развития внутреннего туризма на основе программы «Путешествуйте по Узбекистану»

В Стратегии развитии Нового Узбекистана на 2022-2026 гг. определены важные направления ускоренного развития индустрии туризма, увеличение её роли и доли в экономике, диверсификация и повышение качества туристических услуг, расширение туристической инфраструктуры. Приоритетом является увеличение количества внутренних туристов до 12 млн человек и увеличение количества иностранных туристов, посещающих республику, до 9 млн человек[35]

Выполнение этих задач требует развития туристической отрасли на макроуровне, увеличения ее доли в ВВП, обеспечения населения новыми рабочими местами, цифровизации туризма и гостиничных услуг, привлечения инвестиций во внутренний туризм, проведения научных исследований для определения мультипликативного эффекта туризма в экономике.

Согласно статьи 5. Закона Республики Узбекистан «О туризме» Внутренний туризм включает в себя путешествие в пределах Республики Узбекистан лиц, постоянно проживающих в Республике Узбекистан[36].

Согласно определению Всемирной туристской организации, расходы на внутренний туризм- это расходы, произведенные непосредственно в результате посещения страны гражданами, проживающими в каком-либо месте. К таким расходам относятся первоначальные расходы по маршруту и посещаемым местам, а также первоначальные расходы, необходимые для подготовки и осуществления поездки, а также расходы по месту проживания после возвращения из поездки.

---

[35] https://www.norma.uz/qonunchilikda_yangi/2022-2026_yillarga_muljallangan _yangi_ uzbekistonning_taraqqiet_strategiyasi_tasdiqlandi

[36] Национальная база данных законодательства, 19.07.2019 г., № 03/19/549/3446; 12.10.2021 г., № 03/21/721/0952; 07.06.2022 г., № 03/22/775/0477; 29.11.2023 г., № 03/23/880/0905

Сегодня на территории каждой страны бурно развивается внутренний туризм, 80-90 процентов мировых туристических поездок составляет внутренний туризм. Затраты на него в 5-7 раз меньше затрат на международный туризм, причем этот вид туризма особенно популярен в странах США, Франции, Англии и приносит большой доход.

В результате определения туризма как одной из стратегических отраслей экономики Узбекистана в этой сфере на основании ряда постановлений и решений, принятых правительством, осуществляются серьезные изменения. В частности, Постановление № ПП-3514 от 7 февраля 2018 года «О мерах по обеспечению опережающего развития внутреннего туризма», Постановление № ПП-6165 от 9 января 2021 года «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в республике». Республика Узбекистан» является примером.

Первоначально разработка программы «Путешествуйте по Узбекистану!» развития внутреннего туризма основывалась на Постановлении Президента Республики Узбекистан «О мерах по обеспечению опережающего развития внутреннего туризма» от 07.02.2018 № ПП-3514. В данном решении в целях стремительного развития внутреннего туризма как одного из важнейших факторов устойчивого социально-экономического развития регионов, ознакомления граждан с культурно-историческим наследием и природными ресурсами нашей страны, утвержден план практических мер по реализации программы «Путешествуйте по Узбекистану!» развития внутреннего туризма.

Участие в данной программе является добровольным, и в рамках программы определяются источники возмещения расходов, связанных с оплатой туристско-экскурсионных видов гражданам Республики Узбекистан.

В целях диверсификации туристских продуктов и услуг, направленной на различные сегменты туристского рынка республики, дальнейшего повышения их конкурентоспособности, создания благоприятной и удобной внутренней и международной

паломнической туристской среды, 9 февраля 2021 года Президент подписал Указ «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан». Для развития внутреннего туризма предоставлены следующие льготы и преференции:

•снижение ставки налога на прибыль на 50 процентов от установленных ставок для туроператоров, турагентов, а также средств размещения;

•частичное субсидирование расходов туроператоров на авиа- и железнодорожные билеты в размере 30 процентов от их стоимости при условии организации тура в Республику Узбекистан для иностранных туристских групп численностью не менее 10 человек и их пребывания не менее пяти ночевок в средствах размещения;

•для туроператоров, турагентов и субъектов сферы туризма, оказывающих гостиничные услуги (услуги по размещению):

освобождение от уплаты земельного налога с юридических лиц и налога на имущество юридических лиц;

установление уплаты ими социального налога по сниженной ставке в размере 1 процента.

Установлен порядок в период празднования всенародного праздника Навруз, Дня независимости и Нового года, а также религиозных праздников Рамазон хайит (Ийд-ал-Фитр) и Курбан хайит (Ийд-ал-Адха) устанавливается не менее трех нерабочих дней за счет дополнительных и переносимых нерабочих дней.

Вводится система «отпуск для семейных путешествий» продолжительностью не менее пяти рабочих дней, предусматривающая путешествие с родителями, родственниками, пожилыми людьми и наставниками. При этом «отпуск для семейных путешествий» предоставляется за счет ежегодного основного отпуска с согласия работодателя и в соответствии с коллективными договорами.

Также Указом установлен с 1 марта 2021 года безвизовый режим сроком на 10 дней со дня въезда на территорию Республики Узбекистан для граждан Королевства Бахрейн, Государства Катар,

Государства Кувейт, Султаната Оман и Китайской Народной Республики, включая специальные административные районы Гонконг и Макао Китайской Народной Республики, при условии представления авиабилетов по вылету в свою или в третью страну.

В целях поддержки местных путешествий с 1 сентября 2022 года для граждан Республики Узбекистан проводится акция «Путешествуйте по Узбекистану!» В рамках программы будет введена процедура возврата части затрат на внутренние поездки по территории республики («Кэшбэк»). На основе этого, каждому туристу:

15 процентов стоимости авиабилета туда и обратно, но не более 150 000 сум;

15 процентов цены билета туда и обратно на железнодорожном или автобусном транспорте, но не более 80 000 сумов;

15 процентов стоимости суток проживания в средстве размещения, но не более 80 000 сумов;

50% стоимости билета за каждое посещение театров, музеев, цирков и художественных галерей будет возвращено в сумме, не превышающей 20 000 сумов.

В целях развития туристических услуг в республике определены 28 районов и 135 микрорайонов города, в них введен специальный налоговый режим. С 1 июля 2022 года налоговые льготы и правила применяются к предпринимателям, организующим гостевые дома, рестораны и развлекательные заведения на территориях схода граждан со статусом «Туристический махалла», «Туристический поселок» или «Туристический овули». .

Реформы, проведенные в этом направлении, сегодня принесли свои плоды, активная реализация программы "Путешествуй по Узбекистану" благотворно повлияла на развитии туриндуст¬рии. Общее количество внутренних путешествий в республике увеличилось с 8,8 миллиона в 2016 году до 15 миллионов в 2023 году, то есть почти в два раза.

По данным статистики, в стране за последние четыре года открылось 833 отеля и гостиницы. Средняя загруженность их составила более 70,8% — это в два раза больше, чем в прошлом году. В Ташкенте этот показатель вырос до 83,6%, в Самарканде — 62,3%, в Каракалпакстане — 93,9%, Хорезме — 56,3% и в Бухаре — 46%.

Специалисты считают, что это хорошая тенденция, которая позволит восстановить доходность туристической отрасли. Сегодня Узбекистан также полностью открыт для зарубежных путешественников, сняты все ограниче-ния в изучении богатой истории и культуры нашего края.

В целях подготовки высококвалифицированных специалистов в области внутреннего и паломнического туризма в настоящее время в системе Министерства туризма и культурного наследия функционируют 2 научно-исследовательских института (по направлениям туризма и культурного наследия), 4 колледжа, 6 техникумов и Международный университет туризма и культурного наследия Шелкового пути, расположенный в Самарканде. Для формирования научно обоснованной информации о святынях, ученых и их научном наследии и всестороннего изучения потенциала паломнического туризма и систематизации данных в стране проводятся различные международные мероприятия

В Узбекистане существует 784 исламских святыни, 19 христианских святынь и 8 объектов буддийского культурного наследия. Также в республике проходят культурные мероприятия по популяризации еврейских и буддийских святынь, создаются фильмы об узбекистанских ученых на иностранных языках, проводятся Международный конкурс хадисов имама аль-Бухари и конкурс исламской каллиграфии.

13.2. Возможности развития внутренного туризма Узбекистана

Сегодня на рынке внутренго туризма существует возможность формирование и продвижение единого туристического бренда стран

Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), а также создание новых туристических маршрутов и оптимизация существующих маршрутов с точки зрения безопасного туризма, расширения инвестиционного сотрудничества в сфере туризма, развития туристической инфраструктуры.

На самом деле дальнейшее развитие туристических отношений со странами ШОС является приоритетной задачей, а регион ШОС, охватыва-ющий 44% всего населения планеты, представляет собой огромный туристический рынок, потенциал которого используется не в полной мере. Учитывая, что на этом туристическом рынке всего за год на отдых за границу выезжают около 250 млн туристов из стран ШОС, в том числе 27 млн из Индии, 155 млн из Китая, 20 млн из России, 206 тыс. из Казахстана и 31 тыс. тысяч из Таджикистана, если мы сможем создать соотвествующие условия для них и привлечь в Узбекистан всего 1% этого потока, мы сможем обеспечить дополнительно приезд 2,5 миллионов иностранных туристов за один год.

Настоящее время цифровизация экономики предоставляет разнообразный информационный, образовательный, научный, развлекательный контент , делая его быстрее, качественнее и удобнее. Это, в свою очередь, снижает стоимость платежей и открывает новые источники дохода. В онлайн-среде стоимость туристических услуг намного ниже, чем в традиционной экономике (прежде всего за счет меньших затрат на рекламу), проще пользоваться государственными и коммерческими услугами. Кроме того, в цифровом мире товары и услуги могут быстро выйти на глобальный рынок и быть доступными в любой точке мира. Важно отметить, что предлагаемый туристический продукт может быть изменен, доработан практически мгновенно, чтобы соответствовать новым запросам или запросам туристов.

Многие современные города становятся все более «умными» для туристов, потому что в них доступен весь перечень онлайн-услуг, которые позволяют покупать билеты, бронировать экскурсии и развлечения, перемещаться в общественном транспорте, арендовать

велосипеды и многое другое. смарт-туризм открывает для всех удивительный мир путешествий и, что немаловажно, помогает значительно экономить. благодаря мобильным приложениям смартфон путешественника служит ему гидом, переводчиком и картой.

Цифровые платформы играют решающую роль в развитии туристической индустрии страны сегодня и будут продолжать это делать. Цифровые технологии будут важны в этом году и в последующие годы, особенно когда индустрия туризма будет восстанавливаться после пандемии.

Появление цифровых средств оказало значительное влияние на туризм. Эту ситуацию можно охарактеризовать растущим числом путешественников, планирующих свои поездки на основе онлайн туристических агентств (online travel agencies), цифрового контента, созданного пользователями (digitally user-generated content), и других цифровых средств. Статистические данные показывают, что цифровые платформы все чаще используются туристами в сфере туризма. Например, booking.com работает в 190 странах и имеет 29 миллионов объектов размещения, расположенных в 154 000 туристских дестинациях по всему миру.

Кроме того, в опросе, проведенном Государственным комитетом по развитию туризма, только 12,8% респондентов (в общей численности 5756) утвердили, что они путешествовали в Узбекистане по туристическому пакету. Большинство путешественников, пользующихся услугами туроператоров, из европейских стран (38,6%) и Азиатско-Тихоокеанского региона (38,3%). Наименьшее количество туристов, путешествующих по туристическим маршрутам в Узбекистане, то есть 3,2% составляют граждане СНГ и 3,7% Центральной Азии.

Комитетом по развитию туризма совместно с Министерством по развитию информационных технологий и коммуникаций и Министерством внутренних дел разработана автоматизированная информационная система (АИС) E-MEHMONXONA. После введения в эксплуатацию данной системы была отменена бумажная

волокита со сдачей отчетов в органы государственного управления. Однако главное достижение заключается в том, что отныне гостиничным хозяйствам нет нужды вести журнал регистрации гостей.

В целях продвижения имиджа нашей страны на международном туристическом рынке как страны смарт-туризма и активного внедрения и использования ИКТ для удобства туристов, Комитет по развитию туризма совместно с Министерством культуры и ООО «TehnoDargoh» подписали совместное соглашение по реализации проекта «VERUM QR» и приступили к практической стадии реализации поставленных задач.

В рамках этого проекта предусматривается, что турист за считанные секунды будет иметь возможность получить на свой смартфон всю информацию о туристических объектах и достопримечательностях нашей страны в удобной и доступной форме на 12 языках, наведя свой смартфон на картинку QR-кода. При этом пользователям будет представлена информация не только о самом туристическом объекте, но и о других ближайших объектах: гостиницах, ресторанах, художественных галереях и других архитектурно-исторических памятниках. В рамках реализации проекта исторические памятники, гостиницы, рестораны и другие объекты туриндустрии Самарканда и Шахрисабза уже оснащены QR-кодами[37].

Согласно статьи 35. Закона Республики Узбекистан «О туризме» Безопасность туристов и экскурсантов на территории Республики Узбекистан гарантируется государством. Безопасность туристов как одно из мероприятий экономического механизма формирования рынка туристских услуг рассматривается нами не случайно. Турист является индивидуальным инвестором и вкладывать деньги в развитие туристского региона, то есть совершать в этот регион турпоездку, он будет только при обеспечении безопасности тура.

[37] Баходир Сусаров, начальник Управления внедрения инноваций и смарт-туризма Комитета Республики Узбекистан по развитию туризма.

Уполномоченный государственный орган совместно с заинтересованными министерствами, ведомствами и органами государственной власти на местах разрабатывает необходимые меры по обеспечению безопасности и защиты туристов и экскурсантов, интересов общества и государства, противодействия использования туризма в целях незаконной миграции, трудовой и иной эксплуатации лиц.

Меры обеспечения безопасности предусматривают обеспечение личной безопасности туристов и экскурсантов, сохранности их имущества, предупреждения нанесения вреда окружающей природной среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.

Органы государственной власти на местах разрабатывают и организуют выполнение территориальных программ обеспечения защиты и безопасности туристов и экскурсантов по всем туристским маршрутам. Субъекты сферы туризма разрабатывают меры по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов, оказанию медицинской и иной помощи при стихийных бедствиях, травматизме, заболеваниях и в других случаях.

Согласно статьи 17 и 19. Закона Республики Узбекистан «О туризме» Туристской зоной является территория с определенными границами, на которой расположены один или несколько туристских ресурсов (природные, исторические, социально-культурные, лечебно-оздоровительные объекты, а также иные объекты, способные удовлетворить потребности туристов и экскурсантов), созданная в целях развития въездного и внутреннего туризма, туристской индустрии, охраны и рационального использования туристских ресурсов.

Туристские зоны создаются на республиканском или местном уровне. Туристские зоны республиканского уровня создаются на основании решений Президента Республики Узбекистан и Кабинета Министров Республики Узбекистан, а местного уровня — на основании решений Совета Министров Республики Каракалпакстан, хокимиятов областей и города Ташкента по согласованию с

уполномоченным государственным органом. При определении туристских зон учитываются наличие в них туристских ресурсов, а также потенциальные возможности этих территорий для развития видов туризма.

При создании, а также использовании туристских ресурсов на территориях туристских зон собственники и (или) владельцы строящихся объектов туристской индустрии обязаны предусматривать интеграцию этих объектов в существующую местную социально-экономическую, историческую, научную, художественную, культурную или иную организационно-целевую и инфраструктурную среду.

Туристским кластером является совокупность независимых организаций и индивидуальных предпринимателей, оказывающих комплексные туристские и иные сопутствующие услуги, необходимые для удовлетворения потребностей туриста и экскурсанта. Туристские кластеры формируют, продвигают и реализуют туристский продукт с целью оказания комплексных туристских услуг, повышения конкурентоспособности и качества туристской деятельности.

Ключевые слова и фразы: внутренний туризм, Закона Республики Узбекистан «О туризме», туризм стратегический отрасль экономики, программа «Путешествуйте по Узбекистану!», процедура возврата части затрат на внутренние поездки по территории республики «Кэшбэк», налоговый режим.

Вопросы для самостоятельной работы

1. На основе какого Указа Президента принята программа «Путешествуйте по Узбекистану!»?

2. Какие льготы и преференции для развития внутреннего туризма предоставлены?

3. Порядок в период каких празднования всенародного праздников установлен по Указу Президента?

4. В целях подготовки высококвалифицированных специалистов в области внутреннего и паломнического туризма какие

научно-исследовательские институты и ВУЗы существуют в Узбекистане?

5. Какие возможности сущестуют для развития туризма Узбекистана Шанхайской организации сотрудничества (ШОС)?

6. 6.Какие возможности ожидает внедрения цифровизации в внутренный туризм Узбекистана?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Подготовьте презентацию по реализации программы «Путешествуйте по Узбекистану!»

Тестовые вопросы

1. По Закону Республики Узбекистан «О туризме» внутренний туризм включает?

а) путешествие за пределами Республики Узбекистан;

б) франчайзинг;

г) путешествие в пределах Республики Узбекистан

д) агентский договор.

2. Для граждан каких стран установлен безвизовый режим сроком на 10 дней со дня въезда на территорию Республики Узбекистан?

а) Китайской Народной Республики;

б) Испания;

г) Катар;

д) Объединённые Арабские Эмираты.

3. Внутренний туризм особенно популярен в каких странах и приносит большой доход?

а) Италия;

б) Франция;

г) Россия;

д) Англия.

4.Какие возможности представляет цифровизация туристических услуг?

а) позволяют покупать билеты, бронировать экскурсии и развлечения;

б) развитие гостиниц, транспортно-логистических структур;

г) развитие инженерной и коммуникационной инфраструктуры;

д) развитие отраслей, участвующих в формировании продукции.

5. Безопасность туристов и экскурсантов на территории Узбекистана гарантируется кем?

а) коммерческими структурами;

б) гостиничным хозяйством;

г) государством;

д) министерством.

ТЕМА 14. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

14.1. Роль «Великого Щелкового пути» и международных туристических ярмарок в развитии международного туризма

После обретения независимости правительство Узбекистана стало уделять особое внимание развитию сферы международного туризма, и была создана единая организация, отвечающая за это. Организацией, ответственной за развитие международного туризма в Республике Узбекистан, в начале стала Национальная компания «Узбектуризм». За время работы Национальной компании произошли существенные изменения в развитии международного туризма в республике.

Создание Национальной компании «Узбектуризм» и ее членство во Всемирной туристской организации в 1993 году стало огромным шагом в развитии международного туризма Узбекистана. В республике созданы новые условия и механизмы, пригодные для поднятия международного туризма на новый уровень и его эффективной деятельности.

Анализируя историю возникновения и становления международного туризма, помимо установления торговых связей, отдыха и путешествий, осуществляется изучение и познание истории, культуры, обычаев и традиций народов мира и, как следствие, гармония и толерантность между людьми, что является важной составляющей туризма. Как сказал Первый Президент Республики Узбекистан: «Важнейшими факторами, определяющими развитие международного туризма и его эффективность, без сомнения, являются обеспечение мира, безопасности, политической и экономической стабильности во всем мире, в различных регионах, в каждой стране, принимающей туристов».

Среди других важных документов, разработанных для развития международного туризма в Республике Узбекистан, – Указ Президента Республики Узбекистан от 2 июня 1995 года «О мерах

по расширению участия Республики Узбекистан в восстановлении «Великого Шелкового пути» и по развитию международного туризма в республике» и Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 3 июня 1995 года «О мерах по созданию современной инфраструктуры международного туризма в Республике Узбекистан».

Роль и значение «Великого Шелкового пути» в развитии международного туризма Узбекистана безграничны. На протяжении нескольких столетий народы, проживающие на западе и востоке этой земли, были связаны друг с другом торговым путем, который протянулся из Юго-Восточной Азии в страны Средиземноморья и получил название «Великий шелковый путь». Основная причина, по которой эту дорогу называют «Шелковым путем», заключается в том, что основную часть перевозимых здесь товаров составляли шелковые ткани и изделия. Китайские мастера тысячелетиями скрывали секреты производства шелка от других стран.

Но изделиями, перевозившимися по «Великому шелковому пути», были не только шелк, но и бронза, фарфор, шерсть, сырье и изделия из них. «Великий шелковый путь» имеет историю, насчитывающую почти две тысячи лет, и эта дорога в основном шла из Италии через Турцию в Ирак и Иран. Оттуда она шла через Среднюю Азию и Северный Памир и достигала Кашгара и Йоркента. Здесь дорога разделялась на две части и огибала с севера пустыню Такла-Макон, вновь соединялась у озера Лобнор и шла в Китай.

Туркестанская область играла ведущую роль на Великом шелковом пути. Ряд городов этого региона, таких как Самарканд, Бухара, Хива, Термез, Ходжент, Чорджой, были основными пунктами назначения на Шелковом пути. Благодаря удобному географическому положению Узбекистан занимает центральное место на этом историческом пути. «Великий шелковый путь» на протяжении многих веков играл важную роль в создании человеческой культуры. С целью восстановить его место и значение

в истории и таким образом развивать международный туризм в октябре 1994 года в Узбекистане при участии ООН и ее организации ЮНЕСКО был проведен Совет Всемирной организации туризма. Члены совета приняли Самаркандскую декларацию, направленную на восстановление и развитие туризма на Шелковом пути.

В октябре 1995 года в Ташкенте прошла первая международная туристическая ярмарка под названием «Туризм на Шелковом пути». С тех пор эта международная туристическая ярмарка проводится регулярно каждый год.

Контракты и соглашения, заключенные на этой международной туристической ярмарке, открывают путь к дальнейшему развитию международного туризма, использованию возможностей республики для международного туризма, восстановлению древних традиций, характерных для «Великого Шелкового пути».

Ташкентская Международная Туристическая Ярмарка — это крупнейшее информационное событие, способствующее продвижению туристических продуктов и устанавливать деловые контакты и связи для сотрудничества. ТМТЯ проводится с 1995 года при поддержке Всемирной Туристкой Организации ООН (UNWTO). Каждый год выставка собирает сотни профессионалов из индустрии туризма и создает лучшие условия для развития этой отрасли на международном уровне.

В 2022 году, после 2-летней паузы состоялось грандиозное возвращение ТМТЯ-2022. Впервые в истории ТМТЯ, Ташкентская международная туристическая ярмарка была организована в форме государственно-частного партнерства без привлечения бюджетных средств. В течении трех дней, с 30 ноября по 2 декабря, ярмарку посетили более 11 000 человек. Также по итогам ТМТЯ-2022, в ходе работы ярмарки приняли участие представители 300 компаний, где было подписано 7000 договоров. Организаторами ярмарки выступили Министерство культуры и туризма Республики Узбекистан, Государственное унитарное предприятие «Национальный PR-центр».

В этом году ярмарке предстоит объединить экспертов туристического бизнеса со всего мира и, во многом она будет полезна всем представителям этой сферы: сотрудникам ведущих туристических и транспортных компаний, крупнейших гостиничных сетей, дипломатических корпусов, учебных заведений в области туризма.

В деловой части ТМТЯ-2023 состоялся Международный форум с участием ведущих международных и отечественных специалистов в сфере туризма. Также B2B встречи, круглые столы, выставки туристических услуг и ремесленного искусства, презентации регионов Узбекистана с туристическим потенциалом, модный показ с известными международными и национальными дизайнерами, гастро-базар с участием отечественных и международных шеф-поваров

Ярмарка включает в себя широкий спектр экспозиций, таких как прием туристов и внутренний туризм, экотуризм, активный и приключенческий туризм, экскурсионный и оздоровительный туризм, туристические администрации и национальные офисы, туристские агентства и туроператоры, гостиниц, санаторно-курортные комплексы, санатории, авиакомпании, ассоциации, образовательные учреждения, музеи, театры, транспортные и страховые компании, а также системы онлайн-бронирования. Также по итогам международной туристической ярмарки определены победители в таких номинациях «Лучшее туристическое направление», «Лучшая туристическая компания», «Лучшие туристические возможности», «Лучший выставочный стенд», «Лучшая презентация в регионах Узбекистана», «Лучший региональный стенд», «Лучшая презентация гостиницы» и награждены дипломами и сувенирами.

Кроме того, новый раздел ярмарки, посвященный образовательному туризму, привлекает большое внимание молодого поколения, желающего расширить свои знания. В нем представлены ведущие высшие и средние специальные учебные заведения нашей республики, готовящие кадры в этой сфере-

Ташкентский государственный экономический университет, Самаркандский институт экономики и сервиса, Сингапурский институт развития менеджмента, столичные профессиональные колледжи, представители Научно-исследовательского института развития туризма.

14.2. Состояние развития международного туризма в Узбекистане

Благодаря благоприятным условиям и возможностям для развития индустрии международного туризма в Узбекистане, дальнейшая интеграция туризма в экономику республики приобретает все большее значение в экономике страны.

Из опыта мировой экономики известно, что сфера международного туризма служит обеспечению валютных доходов, необходимых для бюджета страны, созданию новых рабочих мест и одновременно повышению уровня жизни населения. Наша республика кардинально отличается от стран-соседей своими возможностями в сфере международного туризма.

Географическое положение Узбекистана, тот факт, что он имеет чрезвычайно благоприятный природный климат, играет значительную роль в культурном развитии человечества. Узбекистан – это уникальные, замечательные историко-архитектурные памятники, сладкие и сахаристые фрукты, разнообразные национальные блюда, гостеприимный народ с прекрасными национальными традициями и обычаями. Все это привлекает внимание иностранных туристов и побуждает их возвращаться в Узбекистан.

По мнению влиятельных ученых, история становления государственности Узбекистана началась во втором тысячелетии до нашей эры и насчитывает более 3,5 тысяч лет. Города Самарканд, Бухара, Хива, Шахрисабз, считающиеся равными Древнему Риму и Вавилону, прославившие мир как крупные центры науки, искусства и культуры средневековья и вошедшие во Всемирный список

культурного наследия ЮНЕСКО, были центрами становления и развития древней государственности на этой земле.

В этих городах, являющихся колыбелью древних культур, в древних и средних веках широко развивались области науки, образования, ремесел и торговли, строились великолепные дворцы, мечети и медресе. Для того, чтобы построить такие красивые города, были необходимы не только квалифицированные мастера и строители, но также знания и опыт ученых, обладающих глубокими познаниями в фундаментальных науках, таких как математика, астрономия, физика, архитектура, геометрия, геодезия, сейсмология и химия.

Как мы отмечали выше, анализ истории возникновения и становления международного туризма наряду с установлением торговых связей, отдыха и путешествий, а также изучение и познание истории, культуры, обычаев и традиций народов мира, и, как следствие, укрепление добродетелей солидарности и толерантности среди людей также было важным компонентом туризма.

В результате реформ в сфере туризма количество стран, не требующих визы для иностранных граждан, увеличилось с 9 до 100, введена система «электронная виза» для 77 стран, гражданы 109 стран получили право проживания в Республике Узбекистан. Действительно фактически количество иностранных туристов, приехавших в нашу страну в 2023 году, увеличилось в 3,5 раза по сравнению с 2021 годом и составило 6,7 млн человек,

Политическая стабильность, мир и согласие в Узбекистане становятся важными факторами развития международного туризма.

Сектор международного туризма является мощным катализатором экономического развития развитых и развивающихся стран, обеспечивает приток иностранной валюты и инвестиций, способствует быстрому росту смежных отраслей, решает проблемы занятости населения, повышает авторитет страны в мировом сообществе. Туризм может обеспечить больший приток

иностранной валюты при гораздо меньших затратах по сравнению с другими отраслями.

Международный туризм считается одной из высокодоходных и быстро развивающихся отраслей мировой экономики и занимает важное место в укреплении международных общественно-политических, экономических и культурных связей. Несмотря на продолжающийся в последние годы мировой финансово-экономический кризис, туристские услуги сохраняют высокий потребительский спрос и достаточную стабильность.

Мировая практика показывает, что развитие туристической сети, содействие высокой эффективности приводит к росту важных отраслей экономики: транспорта, связи, строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, машиностроения и др.

Если посмотреть на мировой опыт, то развитая рыночная экономика включает в себя не только рыночные факторы производства и товарообмена, но и рынок различных видов услуг. Одной из основных движущих силой современной экономики является сфера услуг.

Сегодня международный туризм является одной из основных высокодоходных и стабильно развивающихся отраслей мировой экономики. По данным Всемирной организации туризма (ВТО) и Международного валютного фонда, с 2000 года туристическая отрасль является ведущим мировым экспортером услуг, товаров и услуг, обгоняя автомобильную, химическую и пищевую промышленность.

В этом секторе во всем мире занято 195 миллионов человек, а это означает, что 8% населения мира занято в туризме. Ежегодно по всему миру путешествуют более 935 миллионов туристов. По расчетам экспертов Всемирной туристской организации, поток туристов по всему миру растет на 4-5% в год.

Международный туризм является важной отраслью экономики Узбекистана, как и других стран мира. Большая часть

иностранных туристов, въезжающих в Узбекистан, путешествует по маршруту Ташкент-Самарканд-Бухара-Хива. Потому что в этих местах лучше развита туристическая инфраструктура Узбекистана, и в этих местах сохранилось множество объектов, связанных с Великим Шелковым путем (большая часть туристов, посещающих Узбекистан в группах, путешествуют по маршруту Великого Шелкового пути).

И хотя в Сурхандарьинской, Кашкадарьинской и Ферганской областях имеется множество важных туристических достопримечательностей, способных привлечь туристов, неразвитость туристической инфраструктуры не способствует приезду сюда туристов. Чтобы устранить подобные недостатки, правительство отремонтировало дорогу через перевал Камчик, построило новую электрифицированную железную дорогу до Сурхандарьи из Самарканда и из Ташкента в Бухару и Самарканд, в этих местах строится множество туристических гостиниц.

Обстоятельства, которые могут повлиять на увеличение количества иностранных туристических поездок в Узбекистан:

• повышать культуру общения с туристами сотрудников таможенной службы, которые оставляют первые и последние впечатления об Узбекистане;

• еда, приготовленная в отелях, должна соответствовать современным требованиям;

• гармонизация цен и сервис на гостиничные услуги, транспорт внутри Узбекистана по сравнению с нашими основными конкурентами;

• увеличение разнообразия наших национальных сувениров, которые можно приобрести в качестве туристических сувениров, восстановление и реорганизация ряда утраченных видов кустарного промысла;

• вопросам пропаганды уделяется достаточное внимание, расширяются границы информирования иностранных граждан об Узбекистане.

• адаптация товаров и услуг, предлагаемых туристам, к цене качества обслуживания.

Наряду с устранением вышеперечисленного проводится работа по повышению качества предоставляемых туристских услуг. Также в продвижении туризма Узбекистана за рубежом объединение рекламной работы всех туристских предприятий под общей тематикой, отличной от конкурентов, поможет Узбекистану занять прочное место на международном туристическом рынке.

Для этого необходимо пересмотреть собственные туристические ресурсы, определить пути их эффективного и устойчивого использования и на основе этого разработать национальный туристический бренд. Поэтому туристические ресурсы нашей страны изучаются Комитетом по развитию туризма, создаются специальные кадастры наших туристических ресурсов. Тот факт, что большая часть национальных ресурсов, которые могут послужить развитию международного туризма Узбекистана, еще не раскрыты, показывает, что существуют большие возможности.

В условиях рыночных отношений в Узбекистане государством определены меры по развитию международного туризма, реализуются и расширяются различные сделки и соглашения для дальнейшего развития экономических связей. На сегодняшний день мероприятиями, которые необходимо осуществлять в развитии международного туризма, являются следующие:

• широкое использование деятельности малого бизнеса в международном туризме и стремление выйти на международные рынки;

• попытаться познакомить развитые страны с туристическими возможностями Узбекистана через местные информационные агентства;

•не реже одного раза в год отправлять специалистов, работающих в сфере туризма за рубеж, на повышение квалификации, создавать для них все возможности предоставлять качественные услуги туристам;

• обеспечить постоянное участие представителей нашей республики в международных туристических ярмарках, проводимых в странах Европы;

•улучшить обмен информацией с международными туристическими организациями, создать совместные предприятия со странами, которые могут работать вместе, и расширить их деятельность;

• важно усилить взаимную конкуренцию и реализовать другие меры на внутреннем туристическом рынке.

Развитие международного туризма крайне необходимо для экономики Узбекистана, исходя из его потенциала создаются новые рабочие места в целях улучшения материального благосостояния населения и обеспечения им постоянной занятости за счет туристического сектора.

Развитие международного туризма в Республике Узбекистан характеризуется положительным сдвигом. Возможности туризма в условиях нашей республики, особенно в развитии малого бизнеса и частного предпринимательства, очень велики по сравнению с другими сферами. Благодаря этому экономическая стабильность в республике и процесс постепенного перехода к рыночной экономике открывают широкий путь для предпринимателей и создают возможности для ее быстрого развития.

Одним из главных факторов экономического роста каждой страны мира является мир, спокойствие, стабильность и социальная справедливость. Сегодня Узбекистан входит в число стран Центральноазиатского региона, экономика которого стабильно развивается, и является одним из регионов, привлекающих иностранных инвесторов, бизнесменов и туристов.

Если оценить потенциал Узбекистана на мировом туристическом рынке, то мы увидим, что он обладает самым высоким потенциалом среди стран Центральной Азии, о чем свидетельствуют более восьми тысяч древних памятников архитектуры и монументального искусства на территории республики. Узбекистан входит в десятку ведущих стран мира по

общему количеству историко-архитектурных памятников, а четыре крупных города Самарканд, Бухара, Хива и Шахрисабз признаны ЮНЕСКО центром мировых памятников культуры и находятся под его охраной

В развитии международного туризма в Узбекистане наряду с памятниками истории и культуры большое значение имеет наличие туристических объектов, служащих для культурного отдыха. В развитии международного туризма в Узбекистане открываются большие возможности для паломнического туризма, и в этой связи глава государства подчеркнул **необходимость разработки и ускорения программы «малого паломничества», заключающейся в посещении святых мест и памятников в Узбекистане**, города Самарканд, Бухара и Ташкент, и работа в этом направлении осуществляется быстрыми темпами.

Ключевые слова и фразы: международный туризм, международные визиты, основные страны, обеспечивающие турпоток, «Ташкентская международная туристская ярмарка», международный туристический рынок, внутренний туристический рынок, въездной и выездной туризм.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Как развивался международный туризм в Узбекистане до обретения независимости?
2. Какова роль Великого Шелкового пути в развитии международного туризма Узбекистана?
3. Каково влияние развития международного туризма на экономику Узбекистана?
4. Какова динамика выезда граждан Узбекистана и приезда иностранных граждан?
5. В чем причина небольшого количества граждан, приезжающих в Узбекистан на отдых и лечение?
6. Каковы перспективы развития международного туризма в Узбекистане?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Какие меры следует принять для увеличения потока иностранных туристов, приезжающих в Узбекистан.

Тестовые вопросы

1. В каком году в Ташкенте прошла первая международная туристическая ярмарка под названием «Туризм Шелкового пути»?

а)в 1995 году;

б)в 1994 году;

д) в1996 году;

е)в 1997 году;

2. Какой процент мирового валового внутреннего продукта в настоящее время приходится на международный туризм?

а) 10 %;

б) 15 %;

д) 25 %;

е) 30 %.

3. Какое место занимает туризм в международном бизнесе?

А) третье;

б) первое;

г) второе;

д) четвертое.

4. В какой строке правильно показана европейская страна с развитым туризмом?

а) Испания;

б) Египет;

г) Канада;

д) Индия.

5. Определите регион, где развит международный туризм.

а) Европа;

б) Азия;

г) Австралия;

д) Африка.

ТЕМА 15. НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

15.1. Основные направления государственной политики в сфере туризма

Сегодня не случайно вопрос развития туристической деятельности в рамках Стратегии «Узбекистан-2030», который обеспечивается достижением целей по увеличению числа туристов путем создания широких условий для развития внешнего и внутреннего туризма в Узбекистане. Для достижения данной цели до 2030 года планируется доведение числа зарубежных туристов до 15 миллионов, внутренних туристовдо 25 миллионов, туристов, приезжающих по паломническому туризму - до 3 миллионов. Реализация данной цели будет осуществляется за счет развития туристической сферы на макроуровне, увеличения ее доли в ВВП, обеспечения населения новыми рабочими местами, снижения влияния сезонных факторов за счет диверсификации туристических продуктов и услуг.

Туристическая деятельность в нашей стране рассматривается на уровне основной государственной политики с первых дней независимости. Созданы все необходимые организационно-правовые механизмы для развития отрасли, приняты важные нормативные документы, и эта работа продолжается сегодня. Для развития туризма в нашей стране, поднятия его на новый уровень, превращения нашей страны в один из мировых центров туризма прежде всего необходимо было создать правовую основу.

В связи с этим разрабатываются и внедряются законы и кодексы Олий Мажлиса Республики Узбекистан, ряд Указов Президента Республики Узбекистан по туризму, постановления Кабинета Министров, методические указания, инструкции и процедуры Министерства юстиции и других официальных государственных органов. Политика государства в сфере туризма является одним из проявлений социально-экономической политики государства.

Основными направлениями государственной политики в сфере туризма являются:

развитие данной сферы как стратегической отрасли экономики страны;

обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;

рациональное использование и сохранение туристских ресурсов;

совершенствование нормативно-правовой базы;

привлечение инвестиций и создание благоприятных условий для инвестирования в сферу туризма;

развитие государственно-частного партнерства в данной сфере;

создание равных возможностей на рынке туристских услуг для субъектов предпринимательства;

стимулирование посредством установления налоговых и таможенных льгот субъектам сферы туризма;

обеспечение безопасности туристов и экскурсантов, защиты их прав, свобод и законных интересов и имущества;

организация и развитие научных исследований;

подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров;

развитие международного сотрудничества;

повышение имиджа Республики Узбекистан как страны, привлекательной для туризма;

оказание субъектам сферы туризма государственной поддержки в продвижении ими национального туристского продукта на туристских рынках;

стимулирование внедрения передовых инновационных и информационно-коммуникационных технологий;

стимулирование развития туристских зон и туристских кластеров.

Туристская политика реализуется во всех регионах Республики Узбекистан, прежде всего на уровне отдельных субъектов региона, в целях устранения конфликтов между существующим туризмом и

экономикой региона. Туристская политика государства состоит из совокупности форм, методов и направлений воздействия государства на деятельность туристической отрасли в целях развития народнохозяйственного комплекса и достижения конкретных целей.

Повысить эффективность системы стратегического управления развитием туризма можно с помощью комплекса конкретных мер. В настоящее время в республике реализуются более 20 местных и республиканских программ развития туризма, создаются крупные проекты.

Механизмы реализации государственной туристической политики включают:

• разработка и реализация концепции развития туристической сферы;

• разработка целевых программ развития туризма на региональном и республиканском уровне;

.разработка конкретных мер для достижения поставленных целей;

• государственное регулирование туристической деятельности.

Такие формы поддержки варьируются в зависимости от формирования туристической инфраструктуры, направления инвестиций, расходов на подготовку кадров, стимулирования притока инвестиций, продвижения национальных туристских продуктов на мировом рынке, научной и рекламно-информационной поддержки до налоговых и таможенных льгот, от расходов, затрачиваемых на развитие внутреннего и въездного туризма.

Туристическая политика государства основана на стратегии и тактике. Стратегия означает метод использования инструментов и общих направлений для достижения поставленной цели. Это не отменяет принятой стратегии, позволяет отложить в сторону все остальные варианты и собрать воедино действия на пути решения задачи.

Стратегия туризма определяет деятельность государства в области развития и реорганизации туризма. Данная деятельность направлена, прежде всего, на разработку общей концепции целевых программ и развития, реализация которых требует времени и значительных финансовых ресурсов.

Тактика туризма – это методы и конкретные меры для достижения поставленной цели в конкретных условиях (например, порядок лицензирования международной туристической деятельности, ценообразования в туризме, налогообложения и т. д.). Целью тактики туризма является выбор наиболее оптимального решения в ситуации туристической отрасли. Тактика – это метод достижения определенной цели, выбранного образа действий стратегией.

Основная цель концепции – создание современного, высокоэффек-тивного и конкурентоспособного туристического комплекса, который предоставляет широкие возможности для удовлетворения потребностей узбекских и иностранных граждан в туристических услугах с одной стороны, а с другой стороны, будет способствовать развитию экономики страны, в том числе за счет увеличения количества рабочих мест, налоговых поступлений в бюджет республики, а также осуществление программ, связанных с сохранением и рациональным использованием нашего культурного и природного наследия,

Для достижения этих целей предусмотрено следующее:

• реализация концепции развития туристической сферы Республики Узбекистан»;

• создать правовую базу для развития туризма, согласованную с международной правовой практикой;

• защита международного и внутреннего туристического рынка путем формирования экономических механизмов, стимулирующих развитие внешнего и внутреннего туризма, привлечения инвестиций в эту сферу и предоставления государственных гарантий, налоговых и таможенных льгот и других методов государственной поддержки;

. сохранение строгой системы лицензирования и сертификации туристической деятельности;

• создание благоприятных условий для сотрудничества туристических, банковских структур, транспортных, гостиничных и водных компаний с целью развития материально-технической базы и формирования высокотехнологичного комплекса туристических услуг.

15.2. Функции и методы государственного управления туризмом

Основными целями государственного регулирования туристической деятельности являются:

• обеспечение свободы передвижения на отдыхе, во время путешествия и других прав граждан;

• охрана окружающей среды;

• создание условий для деятельности, направленной на оздоровление, образование и обучение туристов;

• развитие туристической отрасли, удовлетворяющей туристические потребности граждан, создание новых рабочих мест, развитие международных связей, сохранение туристических объектов, рациональное использование нашего природного и культурного наследия.

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристической деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и предпринимательского видов туризма. Основные функции и методы государственного управления туризмом представлены в таблице 15.2.1.

Государственное регулирование туристической деятельности осуществляется следующими способами:

• создание нормативно-правовых документов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристической отрасли;

Таблица 15.2.1

Функции и методы государственного управления туризмом

Функции управления	**Методы управления**
1. Общая организация и правовые нормативы туристской деятельности	- уточнение отдельных понятий и определений; - процессы составления договоров о сотрудничестве и продажах; - получение визы; - процедуры, связанные с перемещением продукции через границу.
2.Планирование развития туризма	- разработка общей стратегии и концепции развития туризма; - управление региональным размещением туристических объектов; планирование развития инфраструктуры.
3.Раздельное управление видами деятельности	- лицензирование; - стандартизация; - сертификация.
4.Обеспечение безопасности туризма	- лицензирование; - стандартизация; - сертификация; - подготовка специальных путево-дителей для туристов; - -страхование туриста;
5. Ообеспечение кадрами сферы туризма	-подготовка государственных стандартов и программ в целях формирования системы непрерывной подготовки кадров; - оказывать помощь в организации повышения квалификации работников сферы туризма.

6. Обеспечение научно-исследовательского процесса рынка туристических услуг.	-проведение маркетинговых исследований на рынке туристических услуг; -создание национальных исследовательских центров туризма; - обеспечение туристических предприятий информацией.
7. Поддержка внешнеэкономической деятельности турагентства	-открытие представительств и подразделений за рубежом; -заключение международных соглашений; -создание рекламы и бренда национального продукта.
8. Защита исторических памятников и окружающей среды	-создание соответствующих процедур и законов по восстановлению и сохранению ресурсов культурного наследия; -реставрация исторических памятников; -распределение туристической ренты.
9. Создание высокого престижа страны и регионов	- маркетинг реклама, процесс анализа информации (буклеты, карты маршрутов экскурсий, мультимедиа и диски); - налогообложение; - инвестирования.
10. Контроль и мониторинг	- текущий контроль; - аудит; - мониторинг международной конку-рентоспособности; - мониторинг национальной турпродукции.

• сотрудничество в продвижении туристической продукции на внутреннем и мировом туристическом рынках;

• защита прав и интересов туристов, обеспечение их безопасности;

•стандартизация, лицензирование, сертификация туристических продуктов в сфере туризма;

• с учетом интересов развития туризма определение порядка въезда в Республику Узбекистан, выезда из Республики Узбекистан и посещения территории Республики Узбекистан;

• увеличения прямых бюджетных ассигнований на разработку и реализацию целевой программы государства по развитию туризма;

• создание благоприятных условий для инвестиций в туристическую отрасль;

•организация налоговой и таможенной системы;

• сотрудничество в подготовке кадров для туристической деятельности;

• развитие научных исследований в сфере туристической индустрии;

•сотрудничество с участием узбекских туристов, туроператоров, тур-агентов и их объединений в международных туристических программах;

• создание поставок картографической продукции;

• другие методы, используемые в определенном порядке, установленном законодательством Республики Узбекистан.

15.3. Модели управления туризмом за рубежом

При изучении особенностей управления туристической сферой за рубежом можно выделить три модели государственного управления.

Первая модель предполагает отсутствие централизованного государственного управления, где все вопросы решаются на местах по принципу рыночной «самоорганизации». Правительства некоторых стран принимают такие решения, когда туризм этой страны имеет прочные позиции на международном рынке и всегда привлекателен для иностранных туристов, или когда субъекты туристского рынка занимают престижное положение.

При этом субъекты туристского рынка, то есть туристические агентства, могут решать свои проблемы самостоятельно, без участия государства, и они могут принимать такие решения, когда представляют интересы всего национального рынка и способны к самостоятельному продвижению. Такая модель управления туристической отраслью использовалась в США (в 1997 г. была упразднена государственная система VSTTA, занимавшаяся туризмом в США).

Вторая модель требует сильного и влиятельного министерства, которое курирует деятельность всего сектора.

Для осуществления такого управления необходимы определенные условия, в том числе необходимость расходования больших денежных средств на туристическую отрасль, рекламную и маркетинговую деятельность, туристическую инфраструктуру. Управление туристической отраслью по этой модели внедрено в таких странах, как Турция, Египет и Тунис, которые рассматривают туризм как один из основных источников притока иностранной валюты в страну.

Третья модель используется в европейских странах, а вопросы развития туристической деятельности страны решает определенное многопрофильное министерство.

Например, в Западной Европе этой деятельностью занимается министерство экономического направления. Еще одной серьезной особенностью данной модели государственного управления является разделение организаций государственного управления туризмом на две категории. Организации первой категории занимаются глобальными вопросами государственного управления и создают нормативно-правовую базу сети, обрабатывают статистические данные, координируют деятельность регионов, решают вопросы сотрудничества на международном уровне.

Вторая категория организаций проводит маркетинговые исследования. К организациям данной категории относятся учреждения, входящие в состав Министерства туризма или подчиненные ему, но не имеющие органов руководства. На них

лежит ответственность за всю деятельность, необходимую для создания имиджа этой страны за рубежом (в том числе участие в выставках, руководство иностранными делегациями). Также основная доля финансирования приходится на учреждения данной категории.

Кроме того, в развитых европейских странах государственная администрация туризма тесно сотрудничает с органами местного самоуправления и представителями частного бизнеса с целью привлечения финансовых ресурсов частного сектора для выполнения общественных задач, поиска взаимовыгодных форм сотрудничества между органами управления разных уровней.

По тенденциям развития международного туризма, стилю и структуре туристического сектора, для условий Узбекистана, на наш взгляд, предпочтительна третья модель управления туристическим сектором.

15.4. Организационная структура управления туристическим комплексом Узбекистана

В нашей стране государство признает туризм одной из ведущих отраслей экономики Узбекистана, поддерживает развитие туризма и создает благоприятные условия для его реализации.

В целях определения места туризма в национальной экономике и совершенствования системы ее управления Президент Республики Узбекистан Ш.М.Мирзияев издал Указ «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристической отрасли Республики Узбекистан» от 2 декабря 2016 года, который имеет историческое значение, и впервые в экономике сфере туризма присвоен статус стратегической отрасли.

Такой подход превращает туризм в мощный инструмент диверсификации, структурных преобразований и устойчивого развития экономики, который должен стать ведущей силой комплексного быстрого развития всех регионов и взаимосвязанных отраслей.

В целях оперативной и качественной организации по диверсификации туристских услуг на основе новых подходов и обеспечения исполнения Указа Президента Республики Узбекистан от 27 июля 2023 года № УП-114 «О мерах по эффективной организации государственного управления в сфере культуры и туризма в рамках административных реформ»[38] Образован: а) на базе Министерства культуры и туризма: Министерство культуры; Комитет по туризму при Министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата;

б) на базе территориальных подразделений Министерства культуры и туризма: Министерство культуры Республики Каракалпакстан, управления культуры областей и города Ташкента, отделы культуры районов (городов);

управления по туризму Республики Каракалпакстан, областей и города Ташкента.

Организационная структура Комитет по туризму при Министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата (Рисунок 15.3.1).

В соответствии с Указом Президента основные задачи и направления деятельности «Комитет по туризму при Министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата» определены следующим образом:

а) в сфере туризма:

эффективное управление туристическими объектами на основе государственно-частного партнерства и внедрения современных информационных технологий в этой сфере;

формирование и реализация целостной концепции развития туризма, направленной на коренное повышение туристического потенциала страны, проведение единой государственной политики в сфере туризма;

реализация активной рекламно-информационной политики, направленной на проведение маркетинговых исследований на внешнем и внутреннем рынках туристских услуг, широкую

[38] (Национальная база данных законодательства, 27.07.2023 г., № 06/23/114/0527)

пропаганду историко-культурного наследия, сохранение и развитие туристического имиджа нашей страны, проникновение национальных туристских продуктов и брендов в международные туристические рынки;

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА
Министерства экологии, охраны окружающей среды и изменения климата



Государственное унитарное предприятие «Центр сертификации туристских услуг»	Государственные лесные хозяйства — 65, государственные лесоохотничьи хозяйства — 10, государственные лесные хозяйства по выращиванию лекарственных растений — 12, научно-опытные станции — 5	
Государственное унитарное предприятие «Национальный PR-центр»		Государственное учреждение «Международный инновационный центр Приаралья»
Государственное унитарное предприятие «Центр обслуживания туристов»		Центральноазиатский университет по изучению окружающей среды и изменения климата
УП «Офис «Шелковый путь»	Государственное учреждение «Научно-производственный центр по выращиванию и переработке лекарственных растений»	Государственное учреждение «Дирекция по эксплуатации зданий, строительству и ремонту»**
Международный университет туризма и культурного наследия «Шелковый путь» и его Ташкентский филиал	Государственное унитарное предприятие «Машинно-тракторный парк лесного хозяйства»**	Государственное учреждение «Департамент охраняемых природных территорий» *(национальные природные парки — 12, государственные заповедники — 7, заказники — 2; комплексные заказники — 1; биосфера резерват — 1; питомник — 1)*


Самаркандский кампус Международной туристской академии
Государственное учреждение «Дирекция по благоустройству прилегающей территории Чарвакского водохранилища»**
Научно-исследовательский институт развития туризма
Государственное учреждение «Департамент развития экотуризма и охоты» **
Государственное унитарное предприятие «Яшил худуд» и его территориальные филиалы
Министерство экологии, охраны окружающей среды и изменения климата Республики Каракалпакстан, управления областей и города Ташкента Министерства экологии, охраны окружающей среды и изменения климата*
Проектный офис по строительству и эксплуатации международного всесезонного курорта «Бельдерсай-Чимган-Нанай»
Агентство гидрометеорологической службы
Центр развития информационных технологий в гидрометеорологии
Государственное учреждение «Эко-мультимедийный центр» **
Районные (городские) отделы экологии и охраны окружающей среды

Рисунок 15.4.1. Комитет по туризму при Министерстве экологии, охраны окружающей среды и изменения климата

Министерство экологии, охраны окружающей среды и изменения климата				
	Министерство экологии, охраны окружающей среды и изменения климата	1758	1758	
в т.ч. количество заместителей министра		*3*	*3*	
1.	Комитет по туризму	329	329	
в т.ч. количество заместителей председателя		*2*	*2*	
2.	Агентство по лесному хозяйству	120	63	57
в т.ч. количество заместителей директора		*2*	*2*	
3.	Агентство гидрометеорологической службы	37	37	
в т.ч. количество заместителей директора		*1*	*1*	

координация разработки национальных и региональных программ комплексного развития внутреннего, въездного и выездного туризма, привлечение инвестиций в развитие туристической инфраструктуры в соответствии с международными стандартами, а также кредитов и грантов международных финансовых институтов и других организаций;

диверсификация видов туризма, прежде всего паломнического туризма, экологического туризма, этнотуризма, делового туризма, спортивного, гастрономического, медицинского, познавательного и научного туризма, а также реализация комплекса мер по развитию их инфраструктуры;

Лицензирование и сертификация услуг в сфере туризма и проведение инспекционного контроля за соответствием туристических услуг установленным требованиям и стандартам;

разработка стандартов качества и безопасности предоставления туристских услуг, направленных на обеспечение безопасности и здоровья туристов при организации туристского обслуживания;

развитие конкуренции на рынке туристических услуг, всесторонняя поддержка повышения предпринимательской

активности в сфере туризма, активное внедрение передовых информационно-коммуникационных технологий в этой сфере;

организация планировочных и проектных работ в потенциальных местах размещения объектов туризма, создание благоприятных условий для привлечения к ним инвесторов;

в сфере туристической деятельности расширять международное сотрудничество с международными и национальными туристическими организациями, и иностранными организациями, осуществляющими деятельность в сфере туризма, внедрять международные и межгосударственные стандарты и нормы в туристическую деятельность и практику;

организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации в сфере туризма, поддержка развития отраслевой туристской науки;

Хронология нормативно-правовых документов, принятых в Республике Узбекистан за 2018-2024г.г. в сфере туризма, отражены в приложении 2.

Ключевые слова и фразы: субъекты туристского рынка, стратегия и тактика туризма, механизмы реализации, функции и методы государственного управления туризмом, модели управления туризмом за рубежом, организационная структура управления туристическим комплексом.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Каковы преимущества и недостатки моделей управления туризмом за рубежом?
2. Каким Указом Призедента была изменена организационная структура управления туристическим комплексом в Узбекистане?
3. Каковы основные задачи и направления деятельности внов созданного Комитета по туризму?
4. Какие функции были возложены на Государственный комитет по развитию туризма Республики Узбекистан?

5. Что является основными направлениями государственной политики в сфере туризма?
6. 6.Каковы основные цели государственного регулирования туристической деятельности?
7. Какие основные функции и методы государственного управления туризмом существуют?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Подготовьте презентацию по основным функциям и методом государственного управления туризмом

Тестовые вопросы:

1.Модель управления туристическим сектором какой страны подходит для условий Узбекистана?

а) США;

б) Турция;

г) Европа;

д) Египет, Тунис.

2. Какие изменения внесены в организационную структуру Комитета по развитию туризма Республики Узбекистан?

а) Ассоциация частных туристских организаций;

б) областные администрации Самаркандской, Бухарской, Хорезмской областей;

г) Государственное унитарное предприятие «Центр продвижения национального туристского продукта»;

д) государственное унитарное предприятие «Центр сертификации туристических услуг».

3. Какие изменения внесены в организационную структуру региональных управлений комитета по развитию туризма Республики Узбекистан?

а) Специалист по мониторингу реализации программ и проектов в сфере туризма;

б) специалист по развитию научных исследований в сфере туристической отрасли;

г) сотрудник по контролю выездного туризма;

д) специалист по мониторингу региональной программы.

4. Общая численность состава Комитета по развитию туризма Республики Узбекистан?

а) 152;

б) 329;

г) 238;

д) 162.

5.Какими способами осуществляется Государственное регулирования туристической деятельности?

а) нацеленность на четко определенный финансовый результат;

б) проведение маркетинговых исследований на рынке туристических услуг;

г) создание рекламы и бренда национального продукта;

д) создание нормативно-правовых документов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристической отрасли

ТЕМА 16. РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УЗБЕКИСТАНЕ

16.1. Международные туристические организации

Сегодня по всему миру действуют более 200 международных туристических организаций, основные из них представлены в таблице. Деятельность этих туристских организаций направлена на разработку важных методических указаний, организационно-правовых норм и процедур, обеспечивающих устойчивое развитие туризма на основе изучения современных проблем туризма.

Основными целями и задачами мировых международных туристических организаций являются: представлять и защищать интересы организаций туристической отрасли; определение политики туристического сектора; формирование структурных элементов развития мирового туризма; Целью организации является установление взаимовыгодного сотрудничества между странами-членами организаций и оказание практи-ческой помощи в решении проблем развития туристической отрасли в этих странах и в их социально-экономическом развитии.

Важным моментом является то, что международные организации (в форме ассоциаций, союзов, альянсов) организуют свою деятельность на принципах взаимного сотрудничества и солидарности.

Всемирная туристская организация ООН – самая влиятельная организация по развитию туризма в мире.

Всемирная туристская организация, ЮНВТО, ВМТ ВТТ (англ. United Nations World Tourism Organization; UNVTO; франц. Organization Mondiale du Tourisme; OMT; испан. Organization Mundial del Turismo; OMT) — организация при ООН, занимающаяся развитием устойчивого и массового туризма. Эта организация является самой влиятельной в мире международной ведущей организацией в сфере туризма.

Таблица 16.1.1

Международные туристические организации

Всемирный совет путеше-ствий и тури-зма *(WTTC – Thye World Travel &Tourism Council)*	Официально он был основан в 1990 году. WTTC – это форум руководителей и лидеров более тысячи компаний мировой туристической индустрии. Основные направления деятельности: Осуществление мероприятий глобального масштаба в сфере международного туристического сектора (WTTC является представителем своих членов в деятельности по повышению значимости туристической сети в мировой экономике и привлечении внимания правительств различных стран к туристической отрасли); Реализация региональных мероприятий (*WTTC* сотрудничает с правительствами регионов, лидерами региональной туристической отрасли в направлении выявления и устранения препятствий на пути развития туристической отрасли); Проведение экономических исследований (WTTC ежегодно проводит макроэкономические исследования, направленные на оценку состояния развития туристической отрасли в 181 стране и прогнозирование ее развития. За 20 лет деятельности на эти исследования было потрачено более 5 миллионов долларов).
Международный туристический альянс	Он был основан в 1919 году. AIT — международная туристическая организация, объединяющая национальные автомобильные ассоциации и туристические клубы в качестве основных членов организации, а также

(AIT – Alliance Internationale de Tourisme)	национальные федерации туристических ассоциаций в качестве индивидуальных членов. Основная цель организации – развитие всех видов международного туризма, особенно автотуризма. Члены организации совершенствуют систему обслуживания автомобилистов, упрощают таможенные формальности, улучшают автодороги и дорожно-транспортную инфраструктуру, оказывают юридические услуги, организация
	организует и проводит семинары и советы по вопросам представительства и страхования. Издаются путеводители, дорожные карты и методические пособия о деятельности клубов-членов организации, видах предоставляемых ими услуг. Сегодня организация объединяет около 140 туристических организаций из 84 стран, общая численность которых составляет около 60 миллионов членов.
Всемирная фе-дерация ассоциаций турагентов *(UFTAA – Universal Federation of Travel Agents' Associations)*	Организация была основана в 1966 году в результате слияния двух международных организаций, а именно Международной ассоциации туристических агентств (Fédération Internationale des Agences de Voyages FIAV), действующей с 1919 года, и Международной организации ассоциаций туристических агентств (UOTAA – **Универсал Организатион оф Травел Агентсъ Ассосиатионс**).*УФТАА* – международная туристическая организация, в состав которой входят национальные туристические ассоциации и организации в качестве основных членов, а также туристические агентства, гостиницы, транспортные организации, образовательные учреждения в качестве ассоциированных членов. Организация объединяет 80

	национальных туристических ассоциаций из более чем 80 стран и около 1400 индивидуальных членов. Основная цель организации – помощь и поддержка создания национальных ассоциаций турагентов, оказание им юридической, финансовой, материальной и технической помощи.
Ассоциация международных конгрессов и конвенций *(ICCA –International Congress & Convention Association)*	Основана в1964 году. *ИССА* – международная туристическая организация, объединяющая турагентов, конгресс-центры, гостиницы и транспортные организации. Основной целью ассоциации является развитие конгресс-туризма.
Международная ассоциация воздушного транспорта *(IATA – International Air Transport Association)*	Основана в 1919 году и реорганизован в 1945 году. IATA — международная ассоциация авиационных компаний, выполняющих международные рейсы. Основной целью организации является реализация политики Международной организации гражданской авиации (ИКАО). Его основная задача – облегчить перемещение пассажиров, почты и грузов из одной точки мира в другую с использованием различных комбинаций маршрутов. Организация выполняет данную задачу путем регулирования и координации деятельности авиатранспортных компаний, т.е. путем введения единых правил и процедур для всех членов организации, путем реализации мер по установлению согласованных тарифов на перевозку пассажиров на международных маршрутах. Сегодня членами этой организации являются 259 международных авиакомпаний.

Международная организация гражданской авиации *(ICAO – International Civil Aviation Organisation)*	Была основана в 1944 году. ИСАО – международная организация, действующая под эгидой ООН и основанная на принципе «равенства наций». Основными задачами ИСАО являются обеспечение развития рынка безопасных, узкоспециализированных, экономически эффективных авиатранспортных услуг на основе международных стандартов и норм.

Туристическая ассоциация стран Азии и Тихого океана *(PATA – Pacific Asia Travel Association)* www.пата.орг.	Была основана в 1951 году. PATA — региональная неправительственная международная туристическая организация, насчитывающая 2200 членов, представляющих национальные туристические организации, ассоциации транспорта и отелей, а также другие организации туристической индустрии из 34 стран. Основная цель организации – поддержка развития туризма в Тихом океане и Азии. Члены организации обмениваются мнениями о проблемах, сдерживающих развитие туризма, проводят совместную деятельность по перспективам его развития вне территории Тихого океана и Азии. В ходе своей деятельности ассоциация служит обеспечению своих членов важной и достоверной информацией для проведения маркетинговых исследований, научных разработок и другой деятельности, связанной с развитием туристической отрасли.

Международная ассоциация научных экспертов по туризму *(AIEST, International Asso-ciation of Scientific Experts in Tourism)*	Была основана в 1951году. *АИЭСТ*– международная туристская организация, имеющая характер научного общества. Его основной задачей является поддержка деятельности научно-туристических учреждений и центров, специализирующихся на подготовке квалифицированных кадров для туризма, поддержка научно-исследовательской деятельности его членов путем реализации мер по обмену опытом в сфере туризма.
Европейская туристиче-ская комиссия *(ETC, European Tourism Commission)*	Была основана в 1948 году. Членами этой туристической организации являются 23 европейские страны. Его основная цель – реализация мер по поддержке развития внутреннего и въездного туризма в Европе.
Международная ассоциация турагентов *(WATAWorld Association of Travel Agencies)*	Была основана в 1949 году. В этой ассоциации на основе установленной формы представительства участвуют турагенты разных стран. Ее основная цель – популяризация деятельности турагентов – членов ассоциации, защита их интересов перед туроператорами и транспортными организациями. Сегодня она объединяет 286 членов в 93 странах.
Международная ассоциация гостиниц и ресторанов	Основана в 1946 году на базе Международной ассоциации владельцев отелей. Её основная задача – объединить национальные гостиничные ассоциации и отдельные отели и рестораны, специализирующиеся на туристических услугах, а также защитить личные права и интересы владельцев отелей и ресторанов.

(IH&RA International Hotel and Restaurant Association)	
Международная ассоциация гостиниц *(IHA International Hotel Association)*	Её основная задача – объединение организаций гостиничного хозяйства в целях повышения качества туристических услуг, внедрения новых стандартов обслуживания и современных технологий, а также развития отношений сотрудничества по вопросам повышения уровня обслуживания гостиничного персонала.
Международная ассоциация профессионального образования в сфере туризма *(AMFORT L'Association mondiale pour la formation touristique)*	Была основана в 1969 году. Она создана в целях внедрения новых технических средств, стандартизации и регулирования образовательных программ, совершенствования методов подготовки специалистов в сфере туристского образования. Членами этой международной организации являются исследовательские центры, образовательные учреждения, официальные туристические организации и эксперты в области туризма из разных стран. По инициативе АМФОРТ выдаётся Международный сертификат специалиста по туризму.
Международная ассоциация туроператоров *(IFTOInternationalFederation of Tour Operators)*	Членами этой международной организации являются национальные ассоциации туроператоров и отдельные туроператорские организации различных стран. Его основная цель – определение совместных решений вопросов развития международного туризма и защита прав и интересов туроператоров.

Международное бюро социального туризма *(BITSBureauinternational du tourisme social)*	Было основано в 1963 году. BITS считается негосударственной международной туристической организацией, действительными членами которой являются международные и национальные туристические организации, специализирующиеся в сфере социального туризма. Основная цель – расширение сотрудничества между профсоюзами и туристическими организациями разных стран в направлении развития социального туризма.
Совет по туризму Содружества Независимых Государств	Совет по туризму Содружества Независимых Государств — межправительственная туристская организация, созданная на основании решений глав правительств стран СНГ. Деятельность Совета направлена на улучшение и укрепление туристических связей между государствами-членами. С этой целью были разработаны единые правила, формы и процедуры статистической отчетности, лицензирования, сформирована единая система стандартизации туристских услуг, налажены отношения сотрудничества по подготовке кадров и обеспечению безопасности туристов, введению единых требований к туристическим услугам для упрощения туристических формальностей.

Источник: Алимова М.Т. «Особенности развития и тенденции регионального туристического рынка (на примере Самаркандской области)». Диссертация написана на соискание ученой степени доктора экономических наук. 2017 год.

Штаб-квартира организации находится в Мадриде. Она была основана в 1925 году в Гааге как Международный конгресс официальных туристических ассоциаций (ИКОТТ). После Второй мировой войны он был переименован в Международный союз официальных туристических организаций (IUOTO; MSOTO) (штаб-квартира в Женеве).

В эту организацию входят 154 страны, 7 регионов и более 400 региональных государственных отделений, туристических ассоциаций, высших учебных заведений в сфере туризма и услуг, авиакомпаний, гостиничных групп и секторов частных компаний, состоящих из туроператоров. В общем, имеется в виду, что ВТО была основана 2 января 1975 года. В этот день вступили в силу его уставные нормы и законы.

Основная цель ВТО – приемлемый для всех экономический рост в сфере туризма, восстановление международной торговли и международных экономических отношений, международная гармония, мир, уважение независимости.

Основные направления деятельности ВТО: «Упрощение туристического движения и формальностей; согласование законов, регулирующих туризм, в том числе в случае возникновения чрезвычайных ситуаций (эпидемий, стихийных бедствий и т.п.); помочь странам в разработке политики регулирования деятельности туристических сторон.

Организационная структура ВТО:

• Генеральная Ассамблея.

• Исполнительный комитет.

• Региональные комиссии.

• Комитеты.

• Секретариат.

Генеральная Ассамблея считается главным собранием ВТО. Он собирается каждые два года для утверждения бюджета и программы работы организации, а также для обсуждения вопросов, имеющих большое значение для индустрии туризма.

Каждые четыре года избирается Генеральный секретарь. Генеральная Ассамблея состоит из действующих и ассоциированных членов. Присоединившиеся члены и представители других международных организаций участвуют в качестве наблюдателей. Международный комитет по этике туризма является вспомогательной организацией Генеральной Ассамблеи.

Исполнительный комитет. Исполнительный комитет ВТО является руководящим органом, ответственным за обеспечение того, чтобы организация выполняла свою работу и придерживалась своего бюджета.

Он собирается не чаще одного раза в два года и состоит из членов, избираемых Генеральной Ассамблеей, по одному представителю на каждые пять действующих членов. В качестве принимающей стороны ВТО занимает постоянное место в Исполнительном комитете Испании. **Региональные комиссии**. ЮНВТО имеет 6 региональных комиссий в Африке, Америке, Восточной Азии и Тихом океане, Европе и Южной Азии.

Комитеты. В специальные комитеты ВТО входят состав программ и члены по управлению. К ним относятся Комитет по программе и бюджету, Комитет по статистике и вспомогательным счетам туризма, Комитет по туризму и конкурентоспособности, Комитет по туризму и устойчивому развитию, Международный комитет по этике туризма и Комитет по рассмотрению членства.

Сотрудничество. Всемирная организация туризма реализует и финансирует проекты, развивающие туристический сектор, а также делится опытом туристической деятельности с развивающимися странами для устойчивого развития туризма. ВТО является исполнительным агентством Программы развития ООН.

Крупные проекты ВТО: генеральный план развития туризма в Пакистане (2001 г.), генеральный план развития туризма в провинциях Китая (2000-2002 гг.), развитие национальных парков в Руанде (1999 г.), стратегия развития туризма в Молдавии (1999 г.).

16.2. Роль международных организаций в развитии туризма в Узбекистане

Следует отметить, что в 1993 году Национальная компания «Узбектуризм» стала полноправным членом Всемирной организации туризма (ВОТ). Этот процесс, в свою очередь, послужил важным фактором развития международного туризма в Узбекистане. В 1994 году по инициативе организации ООН ЮНЕСКО и правительства Узбекистана в городе Самарканде была принята Самаркандская декларация о развитии международного туризма в городах Великого Шелкового пути.

В 2014 году в городе Самарканд состоялось 99-е заседание Исполнительного совета ВТО, определяющее престиж туризма Узбекистана перед международными туристскими организациями.

В целях оказания непосредственной поддержки реализации Узбекистаном «Национальной программы подготовки кадров» ЮНЕСКО создала кафедры ЮНЕСКО и школы ЮНЕСКО в ряде высших учебных заведений. В рамках ЮНЕСКО были отмечены празднования тысячелетия со дня рождения Абу Райхана Беруни (1973 г.), Абу Али ибн Сины (1980 г.), 600-летия Мирзы Улугбека (1994 г.), 660-летия Амира Темура (1996 г.). В штаб-квартире ЮНЕСКО в Париже прошла неделя Амира Темура, а также организованы научная конференция и выставка на тему «Расцвет науки, культуры и образования в период Тимуриидов». В этом мероприятии (20-26 апреля 1996 года) приняли участие Первый Президент Республики Узбекистан И.Каримов и Президент Франции Ж.Ширак. Также широко отмечались 2000-летие города Ташкента (1980 г.), 2500-летие городов Хивы (1997 г.), Бухары (1997 г.), Термеза (2002 г.), 2700-летия города Шахрисабза (2002 г.), 1200-летия Ахмада Фергани, имама отмечались 1225-летие Бухориина (1998 г.), 1000-летие создания народного эпоса «Алпомиш» (1999 г.), 2700-летие создания книги «Авеста» (2001 г.).

Под руководством ЮНЕСКО в городе Самарканде проводится международный музыкальный фестиваль «Шарк тароналари», а в Байсунском районе – фольклорный фестиваль. Первый Президент

Узбекистана И.Каримов был награжден золотой медалью ЮНЕСКО имени Абу Али Ибн Сины (1998 г.) за заслуги в чествовании человеческих идеалов, восстановлении и сохранении культурных ценностей, изучении научного наследия.

По данным Госкомитета статистики в 2021 году Общее количество объектов материального культурного наследия в Узбекистане составляет 8208 ед. Из них 2264 являются памятниками архитектуры. Самаркандская область обладает самым большим количеством памятников архитектуры среди регионов Узбекистана: в области насчитывается 562 памятника архитектуры.

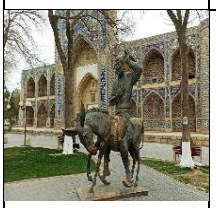
Всемирное признание наших культурных объектов и наследие отмечается зарубежом, в частности сегодня более 200 наших материальных объектов включены в Список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. в.т.ч 32 объекта это материальные объекты культурного наследия (в Приложении №3.) и 14 видов нематериальные виды культурного наследия. В список «Сокровищницы всемирного нематериального наследия» включены следующие ресурсы нематериального культурного наследия Узбекистана (таблица 16.2.2).

Таблица 16.2.2

Ресурсы нематериального культурного наследия, включенные в список «Сокровищы всемирного нематериального наследия» ЮНЕСКО

	Название	**Описание**	**Дата внесения**
	**Шашмаком**	Виды вокальной инструментальной музыки (совместно с Таджикистаном)	2008
	**Культурное пространство Байсунского района**	Байсун – уникальный этнографический район Сурхандарьинской области.	2008

	**Катта ашула**	Традиционное пение Ферганской долины.	2009
	**Навруз**	Восточный Новый год (Весеннее равноденствие). (Наряду с Азербайджаном, Индией, Ираном, Кыргызстаном, Пакистаном, Турцией)	2009
	**Аския**	Народно-художественная речь	2014
	**Канатохдство**	Искусство канатоходства: состоит из около 30 упражнений и игр, выполняемых на высоте.	2014
	**ИКАТ**	Сложная техника плетения, основанная на ручном труде.	2015
	**Плов**	Плов – главное блюдо и красота узбекского стола, обычаи и традиции, связанные с ним	2016
	**Узбекский атлас**	Сложная технология плетения, основанная на традиционной ручной обработке атласа.	2017
	**танец Лазги**	Хорезмский танец с тысячелетней историей	2019
	**Исскуство Бахши**	Наше государство готовит молодых специалистов в колледжах и универси-тетах, специализирующихся на сохране-нии и популяризации этого вида искус-ства.	2021
	**Миниатюрное искусство**	«Искусство миниатюры», совместно подготовленное Азербайджаном, Ираном, Турцией и Узбекистаном	2022

	**«Традиционное производство шелка для шелководства и ткачества»**	Традиционные технологии выращивания шелка, проводимые работы по развитию шелководства в Узбекистане в последние годы	2022
	**«Традиции повторения анекдотов о Ходже Насрид-дине»**	В Бухаре воздвигнута уникальная статуя Ходжи Насриддина – популярного и любимого среди населения фольклорного героя, подготовленная узбекской стороной в сотрудничестве с Азербайджаном, Казахстаном, Кыргызстаном, Таджикистаном, Туркменистаном и Турцией.	2022
	**Узбекский атлас**	Сложная технология плетения, основанная на традиционной ручной обработке атласа.	2017

В Стратегии «Узбекистан — 2030» ставится задача дополнительно добиться включения не менее 3-х уникальных образцов нематериального культурного наследия в международные списки ЮНЕСКО. Углубленное научное исследование более 30 объектов нематериального культурного наследия. Для того, чтобы сделать сектор туризма драйвером экономики Узбекистана, были установлены следующие вехи для улучшения его позиций в международных рейтингах:

достичь с 4 места 2019 в 2026 году 3 места в списке быстроразвивающихся стран туризма ЮНВТО рейтинга безопасных стран для туристов (среди 180 стран);

с 46 места в 2020 году войти в список 20 самых безопасных стран в 2026 году;

в рейтинге Global Muslim Travel Index халяльного туризма Глобального мусульманского туристического индекса поставлена цель подняться с 7 мест в 2020 году до 3 мест в 2026 году;

включить Узбекистан в первые 50 мест в 2026 году в Индексе конкурентоспособности путешествий и туризма.

Международным признанием реформ в сфере туризма Узбекистана стала, Узбекистан и Португалия подали заявки на проведение Генеральной ассамблеи ЮНВТО в 2023 году в рамках мероприятия в Мадриде. По итогам мероприятия Узбекистан набрал большинство голосов и принято решение провести следующую ассамблею в 2023 году в древнем городе Самарканд. Следует отметить, что Генеральная ассамблея ЮНВТО является важнейшим двухгодичным туристическим форумом, а проведение такого мероприятия высокого уровня семьи ООН в Узбекистане - первым историческим событием.

Впервые в истории нашей страны мероприятие такого высокого уровня - Генеральная ассамблея Всемирной туристской организации ООН прошла в Узбекистане. Все это является результатом политики, проводимой Президентом нашей страны, развития туристического сектора и усилий по повышению престижа страны на мировой арене. Следует отметить, что проведение 25-й сессии Генеральной Ассамблеи ЮНВТО в древнем Самарканде привлекло более тысячи иностранных гостей, в конечном итоге послужила продвижению туристического потенциала страны.

Еще одним крупным международным признанием реформ в сфере туризма в Узбекистане является 22 ноября 2023 года пришло радостное послание из Парижа, согласно которому город Самарканд был выбран местом проведения 43-й сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО в 2025 году. С 1985 года подобная сессия ЮНЕСКО впервые будет проводится за пределами Парижа, то есть в Узбекистане.

Ключевые слова и фразы: Всемирные международные туристические организации, Всемирная туристская организация ЮНВТО, «Сокровищница всемирного нематериального наследия» ЮНЕСКО, Список исторических памятников Узбекистана ЮНЕСКО, Самаркандская декларация о развитии международного туризма.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Каковы цели и задачи международных туристических организаций в области устойчивого развития туризма?
2. Какова деятельность Совета по туризму Содружества Независимых Государств?
3. Каковы основные цели и деятельность Всемирной туристской организации ЮНВТО?
4. На чем основана организационная структура Всемирной туристской организации ЮНВТО?
5. Какова позиция Узбекистана в списке стран-членов ВТО?
6. Какова деятельность международных туристских организаций по развитию туризма в Узбекистане?
7. Какова поддержка организации ЮНЕСКО в реализации национальной программы подготовки кадров в Узбекистане?
8. Охарактеризуйте исторические памятники Узбекистана, включенные в Список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Задания по подготовке к практическим занятиям

Определити критерии включения ресурсов нематериального культурного наследия в Список всемирного нематериального наследия ЮНЕСКО. На основе критериев обоснуйте, какие дополнительно ресурсы нашей страны могут быть включены в список ЮНЕСКО и подготовьте презентации.

Тестовые вопросы

1. Сколько международных туристических организаций действуют сегодня в мире?

а) 300;

б) 120;

д) 200;

е) 89.

2. В каком году был официально создан Всемирный совет путешествий и туризма (WTTC – Thye World Travel & Tourism Council)?

а) 1997 год;

б) 1990 год;

г) 2011 год;

д) 1993 год.

3.Национальные государственные туристические организации скольких стран представляет Туристическая ассоциация стран Азии и Тихого океана(*(PATA – Pacific Asia Travel Association)*)?

а) 48 ;

б) 34 ;

д) 28 ;

е) 19 .

4. Всемирная туристская организация какие реализует проекты развития туризма:

а) способствует реализации туристской продукции;

б) финансирует;

г) оказывает рекреационные услуги;

д) обмен опытом туристической деятельности с развивающимися странами.

5. Какие фестивали проводятся в Узбекистане под руководством ЮНЕСКО?

а) «Праздник дынь»;

б) Бойсунская весна;

г) Самаркандский лепюшки;

д) Культурное наследие и ценности.

ТЕМА 17. ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ, СЕРТИФИКАЦИЯ И СТАНДАРТИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

17.1. Требования, предъявляемые государством для получения лицензии туристическим предприятиям

На сегодняшний день порядок лицензирования туристической деятельности в Республике Узбекистан осуществляется на основании следующих нормативных документов: Закон «О туризме» и Постановлением Кабинета Министров от 10.07.2020 г. № 433 «О мерах по созданию благоприятных условий для восстановления и развития сферы туризма в Республике Узбекистан» утверждено Положение о порядке лицензирования туристской деятельности.

Субъекты предпринимательства имеют право осуществлять туристическую деятельность только после получения, в установленном порядке, соответствующей лицензии. Индивидуальным предпринимателям, занимающимся гид-экскурсионной деятельностью, получение лицензии не требуется.

Туроператоры и турагенты осуществляют туристскую деятельность на основании лицензии, выдаваемой уполномоченным государственным органом. Лицензия на право осуществления туристской деятельности выдается туроператорам и турагентам без ограничения срока действия. При этом для физических лициндивидуальных предпринимателей, оказывающих гид-экскурсионные услуги, не требуется получение лицензии на право осуществления туристской деятельности.

Лицензии выдаются по следующим видам туристической деятельности:

а) туроператорство;

б) турагентство.

Лицензирующий орган выдает лицензии на право осуществления туристической деятельности по трем направлениям:

внутренний туризм - на право осуществления туристической деятельности на территории Республики Узбекистан для физических лиц, постоянно проживающих в Республике Узбекистан;

выездной туризм – для физических лиц, постоянно проживающих в Республике Узбекистан, на право осуществления туристической деятельности за пределами Республики Узбекистан;

въездной туризм - на право осуществления туристической деятельности на территории Республики Узбекистан физическим лицам, постоянно проживающим за пределами Республики Узбекистан.

На право осуществления туристической деятельности выдаются типовые (простые) лицензии без ограничения срока действия.

Лицензионными требованиями и условиями при осуществлении туристической деятельности туроператоров являются[39]:

а) обязательное соблюдение законодательства о туризме;

б) наличие в штате юрлица не менее одного специалиста, имеющего диплом о высшем или среднем специальном, профессиональном образовании по направлению «туризм», либо действующий квалификационный сертификат;

в) получение работниками юрлица (гидами, экскурсоводами) и инструкторами-проводниками) квалификационного сертификата не менее одного раза в 3 года;

д) наличие резерва в размере $15 тыс. в эквиваленте в Фонде «Безопасный туризм» при Госкомтуризма для осуществления туристической деятельности по направлению «выездной туризм»;

е) наличие, подтвержденной сертификатом соответствия туруслуг, системы по обеспечению безопасности для жизни, здоровья и имущества туристов и экскурсантов;

[39] Подробнее:
ttps://www.norma.uz/novoe_v_zakonodatelstve/kak_budut_licenzirovat_turisticheskuyu_deyatelnost

ж) оказание туристических услуг только после заключения с клиентом договора, в том числе и электронного (онлайн), соответствующего требованиям законодательства Узбекистана;

з) доведение в установленном порядке до каждого туриста и экскурсанта информации об особенностях выезда, въезда и пребывания в Узбекистане и иностранных государствах, о специфике поведения во время турпоездки и других правилах пребывания в каждой конкретной стране;

и) предоставление клиенту полной и исчерпывающей информации о режиме работы лицензиата, его местонахождении (почтовом адресе), наличии соответствующей лицензии, сертификата туристических услуг, фамилиях, именах и отчествах специалистов лицензиата, ответственных за ведение конкретных направлений туристической деятельности, в том числе с размещением указанной информации на своем официальном веб-сайте;

к) наличие у лицензиата веб-сайта, как минимум на двух иностранных языках, предоставляющего услуги, включая электронные платежи, бронирование, эквайринг (требование двуязычности не касается лицензиатов по внутреннему туризму);

л)* наличие страхового полиса, подтверждающего страхование гражданской ответственности туроператора;

м) ведение деятельности только по указанным в лицензии направлениям.

Для получения лицензии соискатель представляет заявление и необходимые документы в электронном виде в Центры госуслуг, путем регистрации в ЕПИГУ либо непосредственно в лицензирующий орган.

Решение о выдаче лицензии или об отказе в этом принимается лицензирующим органом в срок, не превышающий 10 рабочих дней со дня получения заявления, на основании экспертного заключения, утвержденного соответствующим заместителем руководителя лицензирующего органа. О принятом решении соискатель уведомляется в однодневный срок после принятия

соответствующего решения. Уведомление о принятии решения на выдачу лицензии направляется соискателю лицензии в электронной форме через ЦГУ или ЕПИГУ, с указанием реквизитов банковского счета и срока оплаты госпошлины.

Основными лицензионными требованиями и условиями при осуществлении деятельности туроператоров и турагентов являются:

оказание туристских услуг после заключения с заказчиком туристского продукта договора на предоставление туристских услуг;

доведение до каждого туриста и экскурсанта информации об особенностях въезда, выезда и пребывания в Республике Узбекистан и иностранных государствах во время туристского путешествия;

предоставление туристу и экскурсанту информации о режиме своей работы, местонахождении (почтовом адресе), наличии лицензии, ответственных специалистах за ведение определенных видов туризма, в том числе с размещением указанной информации на своих официальных веб-сайтах.

17.2. Виды сертификации в туризме

Сертификация туристской деятельности (certification of tourist activity) – процедура подтверждения соответствия турпродукта, услуг и иных объектов установленным требованиям. В Узбекистане туруслуги подлежат обязательной сертификации. Сертификация туруслуг и выдача сертификата осуществляется в порядке, установленном законодательством.

Следует отметить, что сертификация распространяется не только на импортные товары и услуги, но и на товары и услуги местного производства. По оценкам экспертов, в Узбекистане сертифицируются более 2500 товаров и услуг.

Сертификация товаров и услуг в сфере туризма осуществляется в следующих целях:

- контроль реализации продукции, опасной для жизни человека и окружающей среды, а также имущества юридических и физических лиц;

- поставлять на мировой рынок конкурентоспособную продукцию;

- защита потребителя от недобросовестного поставщика услуг и производителя;

- подтверждение адреса, по которому товар был создан (произведен, изготовлен);

- подтверждение показателей качества продукции и услуг, предоставляемых производителем.

Сертификация в туризме регулируется Законом «О сертификации продукции и услуг» и другими нормативными документами. Ее объектами являются продукты, услуги и системы качества. Следует отметить, что используются два вида сертификации – **обязательная и добровольная сертификация.**

Добровольная сертификация применяется в следующих случаях: она применяется в ситуациях, когда третьи лица или иностранные партнеры по совместному предприятию требуют дополнительного сертификата на производимую продукцию и оказываемые услуги.

Туристические услуги, оказываемые субъектами туристской деятельности, имеющими лицензию на осуществление деятельности, связанной с оказанием туристических услуг, подлежат **обязательной сертификации.**

Средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи подлежат обязательной сертификации.

Сертификация, средств размещения, горнолыжных трасс и пляжей осуществляется аккредитованной организацией по сертификации при уполномоченном государственном органе.

Сертификация туристских услуг осуществляется на предмет их соответствия требованиям нормативных документов в области технического регулирования и направлена на обеспечение безопасности и качества этих услуг.

Уполномоченный государственный орган осуществляет ведение Реестра сертифицированных туристских услуг.

Сертификация услуг туроператоров осуществляется на добровольной основе.

17.3. Сущность процесса стандартизации в туризме

В целях защиты прав, свобод и законных интересов туристов и экскурсантов осуществляется стандартизация туроператорской и турагентской деятельности, а также объектов туристской индустрии. Уполномоченный государственный орган осуществляет организацию, координацию и обеспечение выполнения работ по стандартизации в области туристских услуг.

Стандартизация (standartization) – защита интересов потребителей и государства в вопросах безопасности продукции, процессов, работ и услуг (далее – продукция) для жизни, здоровья и имущества населения, окружающей среды, ресурсосбережения; обеспечение взаимозаменяемости и совместимости продукции; повышение качества и конкурентоспособности продукции в соответствии с уровнем развития науки и техники, а также потребностями населения и народного хозяйства; содействие экономии всех видов ресурсов, улучшение технико-экономических показателей производства; реализация социально-экономических, научно-технических программ и проектов; обеспечение безопасности народнохозяйственных объектов с учетом риска возникновения природных и техногенных катастроф и др. чрезвычайных ситуаций; обеспечение полной и достоверной информацией потребителей о номенклатуре и качестве выпускаемой продукции; обеспечение обороноспособности и мобилизационной готовности; обеспечение единства измерений[40].

При проектировании туристских услуг в Узбекистане действуют стандарты, определяющие назначение и функции объектов стандартизации, структуру комплекса стандартов и

[40] Словарь современных терминов, применяемых в сфере туризма: Справочно-методическое пособие / Авт.сост. Е.В.Голышева, Н.В.Ивонина, И.С.Тухлиев, А.П.Темирходжаев,. - Самарканд : Zarafshon, 2018. - 408 с.

другие документы по стандартизации в сфере туристско-экскурсионных услуг. Менеджеры должны пройти государственную экологическую экспертизу проектных материалов, предприятий и объектов туристического обслуживания (гостиницы, турбазы, маршруты и т.п.), разработанных для туристического обслуживания. Услуги должны соответствовать требованиям действующего законодательства и нормативных документов. Планирование туристских услуг может осуществляться туристскими предприятиями или иной организацией. В этом случае договор заключается по инициативе заинтересованного предприятия или организации.

В основе проектирования услуги лежит краткое описание туристической услуги, то есть совокупность требований, определенных в результате исследования рынка, согласованных с заказчиком и учитывающих возможности исполнителя. Исходя из этого, оно осуществляется в следующем порядке:

- определение норм описания услуг;
- определение технологии процесса туристского обслуживания;
- разработка технологической продукции;
- определение методов контроля качества;
- анализ проекта;
- подача проекта на утверждение.

В связи со стремлением Узбекистана стать членом Всемирной организации торговли, процесс стандартизации становится все более актуальным для отраслей, предприятий и регионов. Переход на новые прогрессивные стандарты может оказаться трудным для туристических фирм, поскольку некоторые из них все еще используют старые технологические инструменты.

Стандартизация в сфере туризма (standardization in the field of tourism) – средство государственного регулирования турдеятельности в целях защиты прав и интересов путем установления единых норм, требований и правил, предъявляемых к турпродукту, услугам и информации.

В Узбекистане независимо от их организационно-правовых форм существует стандарт, определяющий обязательные и рекомендуемые требования к качеству туристских услуг всеми туристскими предприятиями. На практике эта система включает обязательные требования к качеству туристских услуг, обеспечивающие безопасность жизни, здоровья и имущества туриста, а также защиту окружающей среды.

Следует сказать, что требования к туристским услугам (экскурсия, тур, путешествие) и условиям оказания услуг делятся на обязательные и рекомендуемые. Обязательные требования ко всем туристическим услугам, следующие:

• безопасность жизни и здоровья;

• сохранение имущества туристов и экскурсантов;

• защита окружающей среды.

Все виды туристских услуг должны обеспечивать безопасность здоровья, жизни и имущества потребителей. Безопасность туристских услуг должна обеспечиваться как в нормальных условиях, так и в чрезвычайных ситуациях (стихийное бедствие и т.п.). Туристские маршруты должны располагаться в районах с хорошими экологическими и санитарно-эпидемиологическими условиями.

Основные задачи стандартизации услуг:

- определение номенклатуры показателей качества услуг и туристских услуг;

- установление возрастающих требований к качеству обслуживания туристов и методу их контроля;

-установление требований к безопасности услуг, охране здоровья населения и окружающей среды, точности и своевременности выполнения услуг, эстетичности оказания услуг;

- определение требований к сертификации туристических услуг;

- обеспечить связь деятельности туристских предприятий с другими предприятиями, участвующих в оказании туристско-экскурсионных услуг;

- определение терминов и основных понятий в области стандартизации и управления качеством туристско-экскурсионного обслуживания населения.

К объектам стандартизации туристско-экскурсионного обслуживания населения относятся:

- туристические услуги;
- процесс туристско-экскурсионного обслуживания.

Основными формами стандартов в сфере туристско-экскурсионного обслуживания населения являются:

• базовые стандарты;
• общие технические стандарты;
• стандарты производственного процесса (технологии, организации управления);
• стандарт услуг.

Уполномоченный государственный орган формирует и ведет Единые реестры в сфере туризма. Единые реестры в сфере туризма ведутся в отношении туроператоров, турагентов, гидов (гидов-переводчиков), экскурсоводов и инструкторов-проводников, средств размещения, горнолыжных трасс и пляжей, а также туристских маршрутов и туристских объектов. Единые реестры в сфере туризма размещаются на официальном веб-сайте уполномоченного государственного органа.

Ключевые слова и фразы: лицензирование туристической деятельности, состав лицензионного реестра, лицензирующий орган, сертификация, стандартизация, государственные стандарты, обязательная сертификация, базовые стандарты, задачи стандартизации услуг.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Лицензирующий орган выдает лицензии на право осуществления туристической деятельности по каким направлениям?

2. При осуществлении туристической деятельности туроператоров какие лицензионные требования предъявляются?
3. Какие документы необходимо предоставить для получения лицензии согласно постановлению?
4. Каковы содержание и виды сертификации в туризме?
5. Туристические услуги, оказываемые субъектами туристской деятельности, подлежат какому виду сертификации.?
6. Что означает стандартизация в сфере туризма и каковы основные задачи стандартизации туруслуг?

Задания по подготовке к практическим занятиям

Разработать порядок получения лицензии для вновь создаваемой туристической компании с учетом требований Положения. Обоснуйте процесс сертификации для всех предоставляемых услуг. Подготовьте презентацию, описывающую эти процессы.

Тестовые вопросы

1. Сертификация — это…?

а) процесс регулирования качества продукции или услуг предприятия, подготовленных в целях обеспечения здоровья и безопасности населения;

б) процедура подтверждения соответствия турпродукта;

г) документ, необходимый для реализации имущества физических лиц;

д) спрос на качественные показатели продукции и услуг.

2. Какие документы соискатель лицензии подает в Уполномоченный государственный орган?

а) сведения о руководителе, включая домашний адрес, номера контактных телефонов и т.п.;

б) сведения о фамилии, имени и отчестве, годе рождения, паспорте;

г) квитанция об уплате налога;

д) соискатель представляет заявление.

3. Как называется документ, определяющий право занятия туристской деятельностью?

а) лицензия;

б) сертификат;

д) свидетельство;

е) разрешение.

4. Лицензия на право осуществления туристской деятельности выдается туроператорам и турагентам на какой срок?

а) на два года;

б) на один год;

г) без ограничения срока действия;

д) на два года и шесть месяцев.

5. Что означает Стандартизация в сфере туризма?

а) свод норм, утверждаемых компетентными государственными органами;

б) спрос на качественные показатели продукции и услуг;

г) требования к сохранности имущества туристов и экскурсантов;

д) средство государственного регулирования турдеятельности в целях защиты прав и интересов путем установления единых норм.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Закон Республики Узбекистан «О туризме». Национальная база юридических документов, 19.07.2019. https://lex.uz
2. Указ Президента Республики Узбекистан УК-4861 «О мерах по обеспечению опережающего развития туристической сферы Республики Узбекистан» от 2 декабря 2016 года.
3. Постановление Президента Республики Узбекистан ПП-3129 «О мерах по дальнейшему повышению ответственности местных исполнительных органов власти в развитии туризма» от 12 июля 2017 года.
4. Постановление Президента Республики Узбекистан ПП-3217 «О первоочередных мерах по развитию туристической сферы в 2018-2019 годах» от 16 августа 2017 года.
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 28.04.2021 й. 254-сон "Зомин" туристик-рекреацион зонаси фаолиятини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори.
6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 24.02.2021 й. 100-сон "Ички ва зиёрат туризмини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги Қарори.
7. Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қилиш ҳамда ижтимоий аҳамиятга эга бўлган йўналишлар харажатларининг бир қисмини Ўзбекистон Республикаси республика бюджетидан қайтариш тартиби тўғрисида Низом (ЎзР ВМ 24.02.2021 й. 100-сон қарорига 5-илова).
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 09.02.2021 й. ПФ-6165-сон "Ўзбекистон Республикасида ички ва зиёрат туризмини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Фармони.
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 28.09.2022 й. 545-сон "2022-2026 йилларда Қорақалпоғистон Республикасининг туризм салоҳиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги Қарори.

10. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 28.09.2022 й. 546-сон "2022-2026 йилларда Хоразм вилоятининг туризм салоҳиятини комплекс ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги Қарори.
11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 30.04.2022 й. ПҚ-232-сон "Ички туризм хизматларини диверсификация қилишга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги Қарори.
12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 12.01.2024 й. ПҚ-20-сон "Ўзбекистон Республикасида тўсиқсиз туризм инфратузилмасини ривожлантириш ва уни рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори.
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 12.01.2024 й. ПҚ-21-сон "Ўзбекистон Республикасида экологик туризмни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори.
14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 12.01.2024 й. ПФ-9-сон "Республикага хорижий туристлар оқимини кескин ошириш ҳамда ички туризмни янада жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Фармони.

Учебники, монографии, учебно-методические пособия

1. Абдурахмонов К.Х. Менеджмент туризма. Учебное пособие. – Т.: Филиал ФГБОУ ВПО “РЕУ им. Г.В. Плеханова” в г. Ташкенте, 2013, 248 с.
2. Адилова З.Д, Алиева М.Т., Норчаев А. Туризм менежменти. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, 2011.
3. Алиева М.Т., Умаржонов А. Туристик мамлакатлар иқтисодиёти. –Т:. Молия, 2005.
4. Асрор Мўмин. Дунё мўъжизалари. Янги нашр. –Т.: 2012, 8б.
5. Гадоев К., Бердиева С. Жаҳонгашта сайёҳ олимлар. –Т.: Ўзбекистон, 2012.
6. Данилов С. Туризм со вкусом узбекского плова. –Т., 2013.
7. Ташмуратов Т.Т., Саидов А., Умарқулов Э. Туризм иқтисоди. – Т.: ТМИ, 2000.

8. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. –Т.: Гос.науч.изд-во «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2008.
9. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. «Формальности в системе туризма Республики Узбекистан». –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2007.
10. Тухлиев Н. и др. «Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана». –Т.: «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006.
11. Тухлиев И.С., Бектемиров А.Б., Усманова З.И. Туризмда стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – С.: СамИСИ, 2010.
12. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. – Т.: “Иқтисод-молия” нашриёти. 2010.
13. Тухлиев И.С., Хайитбоев Р, Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. – Т.: “Фан ва технология” нашриёти, 2014.
14. Тухлиев И.С., Сафаров Б.Ш. Туризм асослари. Касб-ҳунар коллежлари учун ўқув қўлланма. –Т.: «Янги нашр», 2012.
15. Тухлиев И.С. ва бошқалар. Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий - иқтисодий муаммолари. Монография. –Т.: “Иқтисодиёт”, 2012.
16. Хайитбоев Р., Ҳайдаров С., Абдухамидов С. ва б. Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш. Ўқув қўлланма. – С.: “Илм нур файз”, 2016 й.
17. Эштаев А.А. Ўзбекистоннинг туризм салоҳияти ва уни ривожлантириш истиқболлари.Монография. – С.: “Ипак йўли” туризм халқаро университети нашриёти 2023. 288б.
18. Қудратов Ғ.Ҳ., Тухлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. – С.: СамИСИ, 2007.
19. Маматқулов Х.М. Туризм инфратузилмаси. Ўқув қўлланма. –Т.: «Ўзбекистон файлафуслар жамияти» нашриёти, 2011.
20. Маматқулов Х.М. Меҳмонхона ва туристик комплексларда хизматларни ташкил этиш. Ўқув қўлланма. – С.: СамИСИ, 2012.
21. Мирзаев М.А., Алиева М.Т. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. – Т.: Ўзбекистон файлафуслар жамияти, 2011.

22. Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари. Монография. – Тошкент: «Фан ва технология» нашриёти, 2016, 184 б.

Зарубежные публикации:

23. John Tribe Strategy for Tourism; London Goodfellow Publishers Limited, 2016, -288 p
24. Adrian Franklin "Tourism an introductions" SAGE Publications London-Thousand Oaks-New Delhi 2003
25. Charles A. Goeldner, J R Brent Ritchie Tourism principles, practices, philosophies, New Jersey, John Wiley & Sons, 2012– 514p
26. Adrian Franklin "Tourism an introductions" SAGE Publi-cations London-Thousand Oaks-New Delhi 2003
27. Hubbard, Graham, Strategic Management: Thinking, Analysis and Action, 2004, 2nd edition, Prentice-Hall, Frechs Forest
28. Kotler, Bowen & Mackens (2006), Marketing for Hospitality and Tourism 4th ed, Pearson Education, Inc.
29. Yvette Reisinger International tourism cultures and behavior Elsevier 2009, 450 p
30. Bob Brotherton The International Hospitality Industry. Oxford, First published 2003, 251 p.
31. John R Walker Exploring the Hospitality Industry. Prentice Hall. USA, 2015.
32. Stephen J Page Transport and Tourism: Global Perspectives, Third ed. Harlow (England), London. New York [etc.]. Pear-son Education Limited. 2009.
33. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003.
34. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007.
35. Дурович А.П. Организация туризма. Учеб. пособ. –Минск: «Новое знание», 2006.

36. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе. Учебное пособие. 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2006.
37. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.
38. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. 4-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2004.
39. Кабушкин Н.И., Дурович А.П. Организация туризма. Учеб. пособие. – Мн: Новое знание, 2003.
40. Квартальнов В.А. Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере. Учеб.пособие. 2-е изд. –СПб.: Книжний дом, 2003.
41. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов. Второе издание. –М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002.
42. Саак А.Е., Пшеничних Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб.: Питер, 2006.
43. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. – М.: КНОРУС, 2005.

Диссертации, научные статьи и тезисы

1. Алимова М.Т. “Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида)”. Иқтисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертацияси. 2017 й.
2. Амриддинова Р.С. Меҳнат ресурсларини бошқариш асосида туризм хизматларининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари (Самарқанд вилояти туризм корхоналари мисолида). И.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. – С.: СамИСИ, 2012.
3. Норқулова Д. “Ўзбекистонда социал туризм хизматларини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш” мавзусидаги иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (достор оф пҳилософҳй) диссертацияси. 2018 й.
4. Усманова З.И. “Ўзбекистонда туристик - рекреацион хизматларни ривожлантириш хусусиятлари ва тенденциялари”

иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори диссертацияси. 2018 й.
5. Сафаров Б.Ш. Миллий туристик хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик-услубий асосларини такомиллаштириш.Дис.д.э.н.С.: 2016. 291с.
6. Голышева Е. Совершенствование организации и механизма регулирования развития туризма в рыночных условиях». Дисс... канд.экон.наук. – Т.: Таш.ГЕУ, 2011, 170 с.
7. Шарипов Т.С. Умумий овқатланиш корхоналари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш (Самарқанд вилояти мисолида). И.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. –С.: СамИСИ, 2010.
8. Голышева Е. Развитие сферы туризма Республики Узбекистан в период финансово-экономического кризиса//Актуальные проблемы туризма-2010, № 2. – Т., 2010.
9. Ибадуллаев Н.Э. Туристик ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш имкониятлари (Самарқанд вилояти мисолида). И.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. – С.: СамИСИ, 2010.
10. Раҳимов З.О. “Туристик ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш имкониятлари (Самарқанд вилояти мисолида)” мавзусидаги номзодлик диссертацияси, и.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. – С.: СамИСИ, 2012.
11. Хамидов О.Х. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана. к.э.н. –Самарканд: СамИСИ, 2006. 155 с.
12. Абдухамидов С.А., Хамитов М.Х. Позитивные тенденции развития гостиничной индустрии Узбекистана. Международная научно-практическая конференция “Информационная экономика в формате Г-Глобал” 9-10 октября 2014 г. Карагандинский государственный университет имени академика Е.А.Букетова.
13. Амриддинова Р.С., Абдухамидов С.А. Ўзбекистон минтақаларида меҳмонхона бизнесининг ривожланиш тенденциялари. “Иқтисодиёт ва Таълим” журнали, № 3. –Т., 2015.

ПРИЛОЖЕНИЯ:

Приложение 1

Технологическая карта туристического путешествия по маршруту, считающемуся важным при формировании любого тура, и пример паспорта маршрута путешествия приведены ниже:

_____название учреждения,
предоставляющего туристскую услугу

2024-год

_____
Название маршрута

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА
турпоездки по маршруту

_____

1. Основные показатели маршрута

Вид маршрута _____
категория сложности_____
длительность маршрута (км)_____
срок поездки (сутки)_____
количество тургрупп _____
количество туристов в группах _____
общее кол-во туристов на маршруте _____
обслуживание общего кол-ва человеко-дней_____
начало обслуживания первой группы на маршруте _____
начало обслуживания последней группы на маршруте_____
конец обслуживания последней группы_____

месяц	Кол-во туристов за месяц	График приезда тургрупп по месяцам	Кол-во групп за месяц
01			
02			
…			
12			

Адрес туручреждения, организовавшего турпоездку
Стоимость поездки_____
_____
_____

Рисунок 11.4.1. Образец технологической карты маршрута турпоездки

Населенные пункты, расстояние между ними, средства	**Названия туристических учреждений**	**Запланированные туруслуги. Название экскурсии**	**Перевозки по маршруту**	**Экскурсионные расходы на 1 человека**

итого, _____

1 _____ учреждение _____

2 _____ учреждение_____

_____ к_____

следующие компании осуществляют внутренние перевозки по маршруту:

Подпись руководителей компаний по перевозке

Пункты прибытия групп:
Условные знаки
Х – оказание услуги в туристском учреждении
СП – сухой паёк
Тоҳ – ночевка на воздухе (в палатках)
Подпись руководителей финансового отдела(глав.бух)

«___» «_____» 2018-год

3. краткая хар-ка поездки (приложение к турпутевке)

Поставщик услуг на маршруте
туристик корхона

Рисунок 11.4.2. Программа туристического обслуживания по маршруту

Создание графика нагрузки и маршрута туристического предприятия

ДОРОЖНЫЙ ПАСПОРТ

10. Название туристского учреждения _____

_Вид туризма _____ маршрут поездки_____

1. Название основных географических пунктов

протяженность _____км, длительность _____ сутки
кол-во туристов в 1 группе_____ _____
срок работы с_____ до_____
время создания паспорта: 200____год, в кол-ве------образцов
внесены изменения: 200___год, на стр._____

образцы паспорта отправлены:
1._____
2._____
3._____
4._____
5._____

2. План передвижения по маршруту

Количество дней в пути	Участок трассы	Км	Средство передвижения

Итого с активными средствами передвижения---------- км.

1. схема маршрута (показана трасса, масштаб карты не менее 1: 200000).

Условные знаки:

Трасса передвижения привалы
запасной вариант трассы мед пункт

место ночевки пункт связи (вид)
место отдыха

3. Краткое описание маршрута путешествия, описание сложных участков дороги.

1. Информация о климате в районе маршрута путешествия (заполняется при работе данного маршрута)

сведения	месяцы	06	07	08	09
температура C^0	средняя Минимальная Максимальная				
Скорость ветра м/с	средняя Максимальная				
Среднее количество дождей *мм*	среднее Максимальное				

2. Непредвиденные обстоятельства, которые могут произойти, и действия участников группы в это время.

3. Потребность в предрейсовой подготовке туристов. Теоретическая и практическая подготовка на турбазе

№	тема	Объем часов занятий	Форма проведения

4. Рекомендации по тексту приложения к путевке. Рекомендации по туристическому снаряжению, одежде и обуви включаются в текст путеводителя.

5. Туристическое снаряжение для пересечения трассы:

а) выдаваемые туристским предприятием по пропускам, в том числе на всю группу в кол-ве_____туристов и одному инструктору)

б) предоставляются за дополнительную плату

_____

6. Благоустройство маршрута путешествия

Маркировка (условные обозначения)

_____

Место отдыха, место для сна, привалы, благоустройство дорог

_____

директор предприятия _____
старший инструктор _____
«Согласовано»
(подписи сторон)

Инструкция по созданию паспорта:

1. Паспорт оформляется отдельно на каждый основной или тестовый маршрут тура, продолжительность которого составляет не менее 1 дня.

2. Паспорт оформляется туристической компанией, откуда начинается поездка.

3. Информация о климате и возможных чрезвычайных ситуациях в районе путешествия вносится на основании данных гидрометеорологической службы.

Паспорт направляется каждому туристскому предприятию, оказывающему услуги на данном маршруте.

Изменения, произошедшие в ходе эксплуатации маршрута путешествия, должны быть внесены во все копии паспорта в течение одного месяца. При необходимости будут заменены некоторые страницы или создан новый паспорт.

Приложение-2

Хронология нормативно-правовых документов в сфере туризма, принятых за 1992-2024 гг. в Республике Узбекистан

№	Дата принятия	Вид документа	Содержание документа
1	27.07.1992	**Указ** Президен та РУ УП-№447-	О создании Национальной компании «Узбектуризм».
2	20.10.1992	**Постановление** Кабинет Министров-№484	По вопросам организации деятельности Национальной компании «Узбектуризм».
3	5.10.1993	**Постановление** Кабинета Министров-№480	О создании Узбекско-Турецко-го лицея гостиничного хозяйства и туризма
4	28 декабря 1993 г	**Закон РУ**	**О сертификации продукции и услуг**
5	9 сентября 1994 г	**Постановление** Кабинета Министров-№459	Подготовка и проведение Кабинетом Министров Республики Узбекистан заседания Всемирной организации туризма «Шёлковый путь» в Узбекистане
6	5.10. 1994	**Декларация Всемирной туристской организации**	Самаркандская декларация о развитии международного туризма в городах Великого Шелкового пути
7	2 марта 1995 г	**Постановление** Кабинета Министров-№78	О подготовке и проведении международной туристической ярмарки «Туризм Шелкового пути».
8	2 июня 1995 г	**Указ** Президента РУ УП-№1162	О мерах по расширению участия Республики Узбекис-тан в восстановлении Великого Шелкового пути и развитии международного туризма в республике
9	3 июня 1995 г	**Постановление** Кабинета Министров-№210	О мерах по созданию современной инфраструктуры

			международного туризма в Республике Узбекистан
10	11 января 1996 г	**Постановление** Кабинета Министров-№19	О проведении недели «Разви-тие науки, культуры и образо-вания в период Тимуридов» в Париже
11	23 февраля1996 г	**Постановление** Кабинета Министров-№72	О продаже гостиничного комплекса в городе Ташкенте компании «Бакри инвестиндо» (Индонезия).
12	25 сентября 1996 г	**Постановление** Кабинета Министров-№335	О создании отдела международного сотрудничества в сфере культуры, науки и туризма в Министерстве иностранных дел Республики Узбекистан
13	26 мая 1996 г	**Соглашение** Кабинета Министров-№232	Кабинет Министров Республики Узбекистан о сотрудничестве в сфере туризма между Правительством Республики Узбекистан и Правительством Азербайджанской Республики
14	23 мая 1997 г	**Соглашение** Кабинета Министров-№348	Кабинет Министров Республики Узбекистан о сотрудничестве в сфере туризма между Правительством Республики Узбекистан и Правительством Грузии
15	3 мая1997 г	**Соглашение** Кабинета Мини стров-№281	Соглашение Кабинета Министров Республики Узбекистан между Правительством Республики Узбекистан и Правительством Италии о сотрудничестве в сфере туризма
16	1 апреля 1997 г	**Соглашение** Кабинета Министров-№162	Кабинет Министров Республики Узбекистан о сотрудничестве Узбекистана и Греции в сфере туризма
17	7 апреля 1998 г	**Постановление** Кабинета Министров-№134	О Порядке Кабинета Министров Республики Узбекистан по оказанию гостиничных услуг в Республике Узбекистан

18	2 марта 1998 г	**Постановление** Кабинета Министров-№89	О дополнительных мерах по повышению эффективности строительства гостиницы международного класса 4 звезды в Ташкенте
19	8 августа 1998 г	**Постановление** Кабинета Министров-№346	О совершенствовании организации туристских организаций
20	24 июля 1998 г	**Соглашение** Кабинета Министров-№348	Кабинет Министров Республики Узбекистан о сотрудничестве в сфере туризма между правительствами Республики Узбекистан и Республики Болгария
21	**20 августа 1999 г**	**Закон РУ**	**О туризме**
22	5 апреля 1999 г	**Указ** Президента РУ УП-№2286	О государственной программе развития туризма в Узбекис-тане до 2005 года
23	30 июня 1999 г	**Указ** Президента РУ УП-№2332	О подготовке квалифицированных кадров для туристической отрасли в Узбекистане
24	20 августа 1999 г	**Постановление** Олий Мажлиса РУ-№ 831-И	О реализации Закона Республики Узбекистан «О туризме».
25	**29 августа 1998 г**	**ЗАКОН Рес.Уз.**	**О вывозе и ввозе культурных ценностей**
26	15 февраля 1999 г	**Постановление** Кабинета Министров-№70	О подготовке и проведении 34-го заседания Европейской сессии Всемирной туристской организаци
27	2 июля 1999 г	**Постановление** Кабинета Министров-№324	О мерах по совершенствова-нию системы подготовки кадров для туристической сферы в Узбекистане
28	18 марта 2000 г	**Постановление** Кабинета Министров-№911	О национальной системе сертификации Республики
29	**25 мая 2000 г**	**ЗАКОН Рес.Уз.**	**О лицензировании отдельных видов деятельности**

30	17 июля 2000 г	**Постановление** Кабинета Министров-№273	О совершенствовании строительства туристско-гостиничного комплекса «Бизнес-центр Самарканд»
31	18 марта 2000 г	**Порядок** Кабинета Министров-№911	О сертификации туристических услуг
32	21 ноября 2000 г	**Соглашение** Кабинета Министров-№	О сотрудничестве в сфере туризма между Национальной компанией Республики Узбекистан «Узбектуризм» и Ассоциацией Итальянских туроператоров
33	16 марта 2001 г	**Постановление** Кабинета Министров-№131	О внесении изменений в постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 17 ноября 2000 года № 449
34	**30 августа 2001 г**	**ЗАКОН Рес.Уз.**	**Об охране и использовании объектов культурного наследия**
35	2 сентября 2002 г	**Постановление** Кабинета Министров-№310	О мерах по дальнейшему развитию гостиничного бизнеса и международного туризма в Республике Узбекистан
36	12 октября 2002 г	**Постановление** Кабинета Министров-№356	О подготовке к 4-й сессии Всемирной туристской организации «Шелковый путь» и проведении её в Бухаре
37	17 января 2003 г	**Постановление** Кабинета Министров-№33	О частичном изменении постановления от 2 сентября 2002 года № 310
38	11 ноября 2003 г	**Постановление** Кабинета Министров-№497	Об утверждении Устава «О лицензировании туристической деятельности».
39	11 ноября 2003 г	**Положение к постановлению** Кабинета Министров-№497-(УСТАВ)	О лицензировании туристической деятельности

40	28 июля 2004 г	**Постановление** Кабинета Министров-№360	О дальнейшем совершенствовании деятельности Национальной компании «Узбектури-зм».
41	13 сентября 2004 г	**Постановление** Кабинета Министров-№1470	Об утверждении Положения о туристских сборах, взимаемых с туристических компаний и гостиниц за оказание услуг туристам
42	13 сентября 2004 г	**Постановление** Министерства юстиции-№1470	Об утверждении Положения о туристских сборах, взимаемых с туристических фирм и гостиничных учреждений за оказание услуг туристам
43	3 ноября 2004 г	**Постановление** Кабинета Министров-№1421	Об утверждении Положения о порядке въезда и выезда туристов в Республику Узбекистан
44	15 сентября 2004 г	**Приложение к постановлению** Кабинета Министров-№1421	Об утверждении Положения о порядке въезда и выезда туристов в Республику Узбекистан
45	25 мая 2005 г	**Соглашение** КМ	О сотрудничестве в сфере туризма между Национальной компанией Республики Узбекистан «Узбектуризм» и Национальной администрацией туризма Китайской Народной Республики
46	17 апреля 2006 г	**Постановление** Президента РУ ПП-№325	О мерах по ускорению развития сферы услуг в Республике Узбекистан в 2006-2010 годах
47	4 сентября 2006 г	**Соглашение КМ**	О сотрудничестве в сфере туризма между Национальной компанией «Узбектуризм» Республики Узбекистан и Министерством туризма и спорта Республики Казахстан
48	3 октября 2006 г	**Соглашение КМ**	О сотрудничестве в сфере туризма между Национальной компанией «Узбектуризм» Республики Узбекистан и

			Министерством индустрии, торговли и туризма Кыргызской Республики
49	21 мая 2007 г	**Постановление** Президента РУ ПП-№640	О дополнительных мерах по ускорению развития сферы услуг в Республике Узбекистан до 2010 года
50	5 января 2010 г	**Постановление** Президента № ПП-1255	5 января 2010 года на основании соглашения по реализации проекта «Приобретение двух высокоскоростных электропоездов ТАЛГО-250».
51	10 мая 2012 г	**Постановление** Президента № ПП-1754	О программе по развитию сферы услуг в Республике Узбекистан на 2012-2016 годы
52	10 октября 2012 г	**Приложение к постановлению** КМ № 288- **(УСТАВ)**	О порядке формирования и использования внебюджетного фонда развития туризма при Национальной компании «Узбектуризм»
53	20 марта 2013 г	**Постановление** Президента № ПП-1940	О программе развития туризма в Хорезмской области на 2013-2015 годы
54	17 апреля 2013 г	**Постановление** Президента № ПП-1957	О дополнительных мерах по ускоренному развитию оказания услуг и сферы услуг в сельской местности в 2013-2016 годах
55	20 сентября 2013 г	**Постановление** Кабинета Министров-№259	О программе развития туризма в Ташкентской области на 2013-2015 годы
56	1 ноября 2013 г	**Постановление** Кабинета Министров-№294	О программе развития туризма в Кашкадарьинской области на 2013-2015 годы
57	20 сентября 2013 г	**Постановление** Кабинета Министров-№261	Меры по строительству дополнительных объектов туристической инфраструктуры в Хорезмской области
58	6 марта 2014 г	**Постановление** Кабинета Министров-№53	Об утверждении Положения о порядке сдачи в аренду объектов материального культурного наследия и прилегающих к ним

			территорий с инвестиционными обязательствами по их благоустройству и необходимому содержанию
59	9 марта 2015 г	**Постановление** Кабинета Министров-№51	О мерах по развитию дорожной и туристической инфраструктуры
60	10 марта 2015 г	**Постановление** Кабинета Министров-№53	О некоторых вопросах развития туризма в Республике Узбекистан
61	7 августа 2015 г	**Постановление** Кабинета Министров-№233	О программе дальнейшего развития промышленного потенциала Сырдарьинской области, создания современных объектов сервиса и экотуризма в 2015-2017 годах
62	2 декабря 2016 г	**Указ** Президен-та РУ УП-№4861	О мерах по обеспечению развития туристической сферы Республики Узбекистан
63	2 декабря 2016 г	**Постановление** Президента РУ ПП-№2666	Об организации деятельности Государственного комитета по развитию туризма Республики Узбекистан
64	7 февраля 2017 г	**Указ** Президен-та РУ УП-№4947	О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан
65	6 апреля 2017 г	**Постановление** Кабинета Министров-№189	Об утверждении Устава о порядке лицензирования туристической деятельности
66	12 июля 2017 г	**Постановление** Президента РУ ПП-№3129	О мерах по дальнейшему повышению ответственности местных исполнительных органов власти в развитии туристической сферы
67	16 августа 2017 г	**Постановление** Президента РУ ПП-№3217	Первоочередные меры по развитию туристической отрасли в 2018-2019 гг.
68	3 февраля 2018 г	**Указ** Президен-та РУ УК-№5326	О дополнительных организационных мерах по созданию благоприятных условий для развития туристического

			потенциала Республики Узбекистан
69	6 февраля 2018 г	**Постановление** Президента РУ ПП-№3509	О мерах по развитию въездного туризма
70	6 февраля 2018 г	**Постановление** Президента РУ УК-№3510	О мерах по дальнейшему совершенствованию деятельности Государственного комитета по развитию туризма Республики Узбекистан
71	7 февраля 2018 г	**Постановление** Президента РУ ПП-№3514	О мерах по обеспечению опережающего развития внутреннего туризма
72	15 февраля 2018 г	**Постановление** Кабинета Министров-№120	Об эффективной организации благоустройства святынь, мечетей и кладбищ
73	**5-января 2019 г**	**Указ Президента Республики Узбекистан УП-5611**	**Концепции развития сферы туризма в Республике Узбекистан на 2019-2025 годы**
74	5-января 2019 г	**Постановление** Президента РУ ПП-104	О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан
75	**19-июля 2019 г**	**Закон РУ**	**О туризме**
76	13-августа 2019 г	**Указ** Президента РУ №5781	О мерах по дальнейшему развитию туристической отрасли в Республике Узбекистан
77	10 июля 2020 г	**Постановление** Кабинета Министров-№433	О мерах по созданию благоприятных условий для восстановления и развития туризма в Республике Узбекистан
78	29октября 2020 г	**Постановление** Кабинета Министров-№665	О дополнительных мерах по поддержке внешнеэкономической деятельности, туризма и строительства в период пандемии коронавируса
79	6-апреля 2021г	**Указ** Президента РУ УК№6199	Меры по дальнейшему совершенствованию системы государственного управления в

			сфере туризма, спорта и культурного наследия
80	6-апреля 2021г	**Постановление** Президента РУ УП-№5054	Об организации деятельности Министерства туризма и спорта
81	30 апреля 2022 г	**Указ** Президента РУУП-№232	Дополнительные меры по диверсификации внутренних туристических услуг
82	30 апреля 2022 г	**Постановление** Президента РУ №ПП-232	О мерах по обеспечению ускоренного развития внутреннего туризма
83	26 апреля 2023 г	**Постановление** Президента РУ ПП № -135	“О дополнительных мерах по ускоренному развитию туристского потенциала республики, а также дальнейшему увеличению количества местных и иностранных туристов”
84	27 июля 2023 г	**Постановление** Президента РУ ПП №-238	О мерах по дальнейшему ускорению реформ в сфере туризма и эффективной организации системы государ-ственного управления в сфере
85	01.12.2024.	**Постановление** Президента РУ № ПП -20	«О развитии инфраструктуры безбарьерного туризма в Республике Узбекистан и мерах по ее развитию».
86	12.01.2024	**Указ** Президента №УП-9	«О мерах по резкому увели-чению потока иностранных туристов в Республику и дальнейшему ускорению внутреннего туризма»

Приложение-3

Исторические памятники Узбекистана в списке «Всемирного наследия» ЮНЕСКО

№	Название	Расположение	Дата образования	Дата внесения в список ЮНЕСКО	№
1.	Могила шейха Мухтара Вали	Хорезмская область	XVI век	1996	№ 798
2.	Плотина Ханбанди	Джизакская область	X-XIII век	1996	№ 809
3.	Могила Ак Астана-Баба	Сурхандарьинская область	*неизветно*	1996	№ 801
4.	Чаткальский заповедник	Ташкентская область	1947 год	2008	№ 5285
5.	городок Канка	Ташкентская область	VI-VII век	2008	№ 5286
6.	Шохрухия	Ташкентская область	X-XI век	2008	№ 5287
7.	Плотина Абдул Хан Банди	Джизакская область	*неизвестно*	2008	№ 5288
8.	Горы Замин: Национальный парк Замин,	Джизакская область	XX век	2008	№ 5289
9.	Зааминский государственный горно-еловый заповедник				
10.	Могила Араб Ота	Самаркандская область	V-VII век	2008	№ 5290

11.	Исторический центр Коканда	Ферганская область	X-XII век	2008	№ 5291
12.	Шахимардон	Ферганская область	*неизвестно*	2008	№ 5292
13.	Ахсикент	Наманганская область	III век	2008	№ 5293
14.	Кухна Поп	Наманганская область	VIII век	2008	№ 5294
15.	Гиссарой тоғлари	Сурхандарьинская область	*неизвестно*	2008	№ 5295
16.	Андижан	Андижанская область	IX век	2008	№ 5296
17.	Изображения на скалах Сийпантоша	Кашкадарьинская область	*неизвестно*	2008	№ 5297
18.	Древний Термез	Сурхандарьинская область	II-III век	2008	№ 5298
19.	Изображения на скалах Зараут-Сой	Сурхандарьинская область	*неизвестно*	2008	№ 5299
20.	Бойсун	Сурхандарьинская область	*неизвестно*	2008	№ 5300
21.	Пайкент	Бухарская область	IV век	2008	№ 5301
22.	Варахша	Бухарская область	IV век	2008	№ 5302
23.	Могила Аюба	Бухарская область	XIV век	2008	№ 5304
24.	Кладбище Чор-Бакр	Бухарская область	XVI век	2008	№ 5305

25.	Архитектурный комплекс Бахауддин	Бухарская область	XIVV век	2008	№ 5306
26.	Сармишсай	Навоинская область	3000-900 до нашей эры	2008	№ 5307
27.	Карвон-Сарой Работ Малик	Навоинская область	XI век	2008	№ 5308
28.	Могила Мир Сайид Бахрома	Навоинская область	*неизвестно*	2008	№ 5309
29.	Хазорасп	Хорезмская область	XI век	2008	№ 5310
30.	Пустынные замки Хорезма	Хорезмская область	*неизвестно*	2008	№ 5311
31.	Вабкентская башня	Бухарская область	XII век	2008	№ 5312
32.	Памятники Великого Шелкового пути в Узбекистане	—	—	2010	№ 5500

Приложение-4

Список стран-членов UNWTO и год вступления

№	**страны**	**год вступления**	**изначально**
1	Афганистан	1975	
2	Албания	1993	
3	Алжир	1976	
4	Андорра	1995	
5	Ангола	1989	

6	Аргентина	1975	
7	Армения	1997	
8	Австрия	1975	
9	Азербайджан	2001	
10	Багамские острова	2005	1975 → 1978
11	Бахраин	2001	1977 → 1984
12	Бангладеш	1975	
13	Барбадос	2015	
14	Беларуссия	2005	
15	Бенин	1975	
16	Бутан	2003	
17	Боливия	1975	
18	Босния и Герцоговина	1993	
19	Ботсвана	1995	
20	Бразилия	1975	
21	Бруней Даруссалам	2007	
22	Болгария	1976	
23	Буркина Фасо	1975	
24	Бурунди	1975	
25	Камбоджа	1975	
26	Камерун	1975	
27	Кабо Верде	2001	
28	Центральная Африканская Республика	1995	
29	Чад	1985	
30	Чили	1975	
31	ХХР	1983	
32	Колумбия	1975	
33	Конго	1979	
34	Коста Рика	1995	1975 → 1988
35	Кот-дуар	1975	
36	Хорватия	1993	
37	Куба	1975	
38	Кипр	1975	

39	Чехия	1993	
40	КНДР	1987	
41	Демократическая Республика Конго	1979	
42	Джибути	1997	
43	Доминиканская Республика	1975	
44	Эквадор	1975	
45	Египет	1975	
46	Сальвадор	1993	1975 → 1981
47	Экваториальная Гвинея	1995	
48	Эритрея	1995	
49	Эфиопия	1975	
50	Фиджи	1997	
51	Франция	1975	
52	Габон	1975	
53	Гамбия	1975	
54	Грузия	1993	
55	Германия	1976	
56	Гана	1975	
57	Греция	1975	
58	Гватемала	1993	
59	Гвинея	1985	
60	Гвинея-Биссау	1991	
61	Гаити	1975	
62	Гандурас	2001	1975 → 1989
63	Венгрия	1975	
64	Индия	1975	
65	Индонезия	1975	
66	Иран	1975	
67	Ирак	1975	
68	Израиль	1975	
69	Италия	1978	
70	Ямайка	1975	
71	Япония	1978	
72	Иордания	1975	
73	Казахстан	1993	

74	Кения	1975	
75	Кувейт	2003	1975 → 1998
76	Кыргызстан	1993	
77	Лаосская Народно-Демократическая Республика	1975	
78	Ливан	1975	
79	Лесото	1981	
80	Либерия	2011	
81	Ливия	1977	
82	Литва	2003	
83	Мадагаскар	1975	
84	Малави	1975	
85	Малайзия	1991	1975 → 1987
86	Мальдивы	1981	
87	Мали	1975	
88	Мальта	1978	
89	Мавритания	1976	
90	Маврикий	1975	
91	Мексика	1975	
92	Монако	2001	
93	Монголия	1990	
94	Черногория	2007	
95	Марокко	1975	
96	Мозамбик	1995	
97	Мьянма	2012	1995 → 1999
98	Намибия	1997	
99	Непал	1975	
100	Нидерланды	1976	
101	Никарагуа	1991	
102	Нигер	1979	
103	Нигерия	1975	
104	Оман	2004	
105	Пакистан	1975	
106	Панама	1996	1975 → 1993

107	Папуа новая Гвинея	2005	
108	Парагвай	1992	
109	Перу	1975	
110	Филиппины	1991	1975 → 1989
111	Польша	1976	
112	Португалия	1976	
113	Катар	2002	1977 → 1986
114	Корейская Республика	1975	
115	Молдова	2002	
116	Румыния	1975	
117	Российская Федерация	1975	
118	Руанда	1975	
119	Самоа	2015	
120	Сан-Марино	1975	
121	Сан- Том	1985	
122	Саудовская Аравия	2002	
123	Сенегал	1975	
124	Сербия	2001	
125	Сейшельские острова	1991	
126	Сиэрра-Леоне	1975	
127	Словакия	1993	
128	Словения	1993	
129	Южно-Африканская республика	1994	
130	Испания	1975	
131	Шри Ланка	1975	
132	Судан	1975	
133	Швеция	1999	
134	Швейцария	1976	
135	Сирия	1975	
136	Таджикистан	2007	
137	Таиланд	1996	1975 → 1990

138	Македония	1995	
139	Тимор	2005	
140	Того	1975	
141	Тринидад и Тобаго	2013	1975 → 1977
142	Тунис	1975	
143	Турция	1975	
144	Туркменистан	1993	
145	Уганда	1975	
146	Украина	1997	
147	БАА	2013	1975 → 1987
148	Танзания	1975	
149	Уругвай	1977	
150	Узбекистан	1993	
151	Вануату	2009	
152	Венесуэлла	1975	
153	Вьетнам	1981	
154	Яман	1977	
155	Замбия	1975	
156	Зимбабве	1981	

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....3
ТЕМА 1. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТ ТУРИЗМА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА.....6
1.1. Цель и задачи предмета «Туризм: теория и практика» 6
1.2. Этапы развития туристической сферы в Узбекистане 9
ТЕМА 2. СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ ПУТЕШЕСТВЕННИК И ТУРИСТ 24
2.1. История становления туризма.....24
2.2. Основные отличия путешественника от туриста 26
2.3. Исторические основы становления туризма в Центральной Азии 30
ТЕМА 3. КЛАССИФИКАЦИЯ И ВИДЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА 42
3.1. Классификация и виды туристической сферы 42
3.2. Характеристика активного и пассивного видов туризма 56
3.3. Формирование туристского- рекреационного кластера 58
ТЕМА 4. РЕСУРСЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА 64
4.1. Сущность туристских ресурсов 64
4.2. Группы туристских ресурсов 66
ТЕМА 5. ЗНАЧЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДОВ УЗБЕКИСТАНА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА 80
5.1. Исторические города Узбекистана в списке ЮНЕСКО 80
5.2. Области Узбекистана с памятниками истории, культуры и архитектуры 92
ТЕМА 6. УСЛУГИ И ТОВАРЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА 107
6.1. Туристские услуги и продукты 107
6.2. Выражение характеристик туристических услуг с помощью четырёх «Н» 115
6.3. Классы обслуживания и пакеты услуг 117
ТЕМА 7. УСЛУГИ РАЗМЕЩЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА....125
7.1. Средства и услуги размещения в сфере туризма 125
7.2. Типы и классификация гостиниц.....131
ТЕМА 8. УСЛУГИ ПИТАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА 140
8.1. Услуги питания в сфере туризма 140
8.2. Виды и классификация услуг питания в сфере туризма 143
ТЕМА 9. УСЛУГИ ТРАНСПОРТА В СФЕРЕ ТУРИЗМА.....160
9.1. Услуги транспорта в сфере туризма 160
9.2. Транспортные средства в сфере туризма 170

ТЕМА 10. ПРОЦЕССЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ УСЛУГ ГИДА И ЭКСКУРСОВОДА.....178
10.1. Сущность и классификация экскурсионных услуг.....178
10.2. Услуги и обязанности гида и экскурсовода.....185
10.3. Требования и обязанности к гиду и экскурсоводу.....190
ТЕМА 11. ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ВИДОВ ТУРИЗМА 199
11.1. Проектирование и создание программы туристических услуг 199
11.2. Процесс расчета туристского продукта 207
11.3. Этапы разработки туристического маршрута 211
11.4. Составление путеводителя и технологической карты туристической поездки в (Приложение 1).....212
ТЕМА 12. ИНДУСТРИЯ И ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА 214
12.1. Сущность и составные части туристской индустрии и инфраструктуры 214
12.2. Деятельность туроператоров и турагентов.....223
ТЕМА 13. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ.....230
13.1. Развития внутреннего туризма на основе программы «Путешествуйте по Узбекистану».....230
13.2. Возможности развития внутренного туризма Узбекистана.234
ТЕМА 14. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ 242
14.1. Роль «Великого Щелкового пути» и международных туристических ярмарок в развитии международного туризма.....242
14.2. Состояние развития международного туризма в Узбекистане 246
ТЕМА 15. НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА 254
15.1. Основные направления государственной политики в сфере туризма 254
15.2. Функции и методы государственного управления туризмом 258
15.3. Модели управления туризмом за рубежом.....261
15.4. Организационная структура управления туристическим комплексом Узбекистана.....263

ТЕМА 16. РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УЗБЕКИСТАНЕ 272
16.1. Международные туристические организации.....272
16.2. Роль международных организаций в развитии туризма в Узбекистане 282
ТЕМА 17. ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ, СЕРТИФИКАЦИЯ И СТАНДАРТИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ 289
17.1. Требования, предъявляемые государством для получения лицензии туристическим предприятиям.....289
17.2. Виды сертификации в туризме 292
17.3. Сущность процесса стандартизации в туризме.....294
ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА: 300
ПРИЛОЖЕНИЯ: 306

Искандар Тухлиев

ТУРИЗМ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УЧЕБНИК

Редактор: З.Н. Бободустов
Корректировщик: Н. Эргашев

Учебник представлен к публикации по решению Совета Самаркандского института экономики и сервиса (протокол № 9 от 26 апреля 2024 г.).

ISBN: 978-9910-702-07-5

Лицензия № 033337 (27.07.2022)
© Издательство ООО “STAP-SEL”,
Самарканд 2024.
Разрешено на печать 06.12.2024 г.

9088

Распечатано 12.12.2024 г.
Формат бумаги 60x84 1/16., Бумага офсетная.
Гарнитура “Times New Roman”.
Печать офсетная. Усл. п. л. 20.75
Заказ № 0142A/24. Тираж 100 эк.

Распечатано в полиграфии
Самаркандского института
экономики и сервиса.
LICENSE № 025316
REESTR № X-119112
Адрес: г. Самарканд, ул. Шохруха 60.