

## ОТДЫХ ПО СИСТЕМЕ ВСЕ ВКЛЮЧЕНО В УЗБЕКИСТАНЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Абдусатторов А.А., Баутиста Х., Мустафин М.Р.

Казанский (приволжский) федеральный университет

**Аннотация.** В этой статье рассматривается туристический потенциал в Узбекистане, преимущества и недостатки услуги "Все включено". В данной работе проанализирован и рассмотрен туризм и экономический рост, и его перспективы развития после 2024 г.

**Ключевые слова:** туризм, все включено, экономика, Узбекистан, Россия

Туризм — это сектор экономики, который за последние несколько лет претерпел значительные преобразования. Несмотря на то, что влияние технологий, информации является одной из ключевых причин этих преобразований, в развивающихся странах часто применяется система «все включено». Однако, в чем будет заключаться проблема установки этих курортов «все включено» с точки зрения воздействия на местную экономику? Режим «все включено» стал предпочтительной услугой на солнечных городах Узбекистана, поскольку он приносит значительные выгоды туристам. Таким образом, целью данной статьи был анализ оценок и мнений туристов о системе «все включено» в Узбекистане с целью изучения аспектов, связанных с восприятием этого метода, которые помогут расширить знания о туристическом спросе в Узбекистане.

В системе «все включено» турист обычно покупает пакет услуг, который может давать ему право на питание, напитки, развлечения, экскурсии, уход за детьми, спа-салоны и различные виды досуга для каждой возрастной группы, среди прочих услуг, в зависимости от приобретаемого пакета. Однако при такой системе рестораны, магазины, бары, пункты проката автомобилей, развлекательные заведения, парки и музеи, среди прочего, пострадают от потери бизнеса и снижения уровня занятости, поскольку туристы будут проводить большую часть своего времени и денег в заведениях с пакетом «все включено».

Это заведение часто имеет штаб-квартиру в регионах, привлекающих туристов. Это может препятствовать развитию экономики в местах назначения или ограничивать сферу ее влияния; таким образом, это уменьшает мультипликативный эффект туристических расходов на все другие виды деятельности [1].

Кроме того, часто поставщики, не связанные с местной экономикой, покупают товары и услуги в момент покупки «все включено». Это может уменьшить количество местных предпринимателей в вашем регионе и привести к ситуации, когда место будет ограничивать свое местоположение. Таким образом, посетители, работающие по системе "все включено", могут демонстрировать поведение потребителей, что вносит небольшой вклад в система «все включено» и количество исследований, посвященных ее влиянию на местную экономику, невелико, но за последнее десятилетие оно выросло [2]. Первоначальная концепция «все включено» была введена в лагерях отдыха в

Великобритании в 1930-х годах, но туристы платили за напитки, чаевые и другие услуги отдельно [3]. В настоящее время в литературе представлено большое разнообразие определений системы «все включено».

Согласно Сифци со автором [4], «эта система состоит из пакета, цена которого фиксирована и включает в себя еду, напитки, проживание и другие удобства». Основной причиной такого предпочтения является возможность избежать неожиданных трат денег во время поездки, которые могли бы подорвать семейный бюджет.

Однако растущее число достопримечательности по всему миру доказало, что это стало прибыльным бизнесом для турагентов (полный пакет услуг увеличивает ваш доход), а также потому, что многие туристы явно ценят концепцию «платить определенную цену» пакетом «все включено» могут быть меньшие расходы в пункте назначения, предварительное ознакомление с полной программой (включая маршруты, экскурсии, меню), повышенная безопасность, возможность получения услуг более высокого качества при условии более легкого и эффективного контроля за ними, досуг, адаптированный к возрастной группе каждого члена семьи, и так далее. Туристические агентства и гостиничные группы получают много преимуществ от использования системы «все включено», поскольку, как правило, туристы, которые проводят больше времени в отеле, автоматически вынуждены потреблять больше его продуктов и услуг.

Система «все включено» способствует экономии за счет масштаба, решает или сводит к минимуму логистические проблемы в пункте назначения, снижает затраты – наем местных жителей благодаря преимуществам гостиничных сетей на переговорах позволяет лучше контролировать операции и даже каналы сбыта почти в полном объеме - в основном туристическими агентствами - а также позволяет туристам самостоятельно находить финансовые ресурсы для своей поездки.

Кроме того, Сифци и др. (2007) утверждают, что в то время как норма прибыли при системе «не все включено» составляет в среднем 25%, те, кто внедряет эту систему, достигают прибыльности от 35% до 40%. Местные жители имеют преимущество в получении большего дохода, что непосредственно приводит к улучшению местной экономики в этой системе.

Значительная часть расходов туристов приходится на пребывание в странах их происхождения, а не на переезд в принимающий пункт назначения. Подсчитано, что около "80% расходов путешественников приходится на авиакомпании, отели и другие международные компании (штаб-квартиры которых часто находятся там, откуда приезжают путешественники), и они не покрываются местными предприятиями или работниками" (UNEPTIE, 2011), в основном в менее развитых странах. Эмпирическое исследование, проведенное Козаком и др. (2008), предполагает, что те, кто купил отдых по системе «все включено», тратят около 36% меньше, чем у тех, кто ищет полупансион. Туристы, останавливающиеся в отелях, тратят примерно на 16% меньше, чем те, кто останавливается в апартамент-отелях. Эти выводы подтверждаются следующими исследованиями. Например, используя выборку из 1360 участников для определения экономического эффекта от отдыха по системе «все включено» на Балеарских островах,

Андерсон [3] обнаружил, что туристы, пользующиеся системой «все включено», тратят меньше, чем другие туристы, которые покупают любые другие виды туров.

На практике они делают это заявление, потому что туристические агентства создают партнерские отношения система «все включено» питание, оплаченное ранее, обычно подается в заведениях принимающей стороны, что препятствует поиску заведений такого типа в пункте назначения.

Например, Организация американских государств [5] в своем исследовании, проведенном на Ямайке, сравнивает влияние системы «все включено» в индустрии туризма с другими типами систем и приходит к выводу, что, несмотря на привлечение больших объемов ресурсов, мультипликативный эффект для экономики ниже, чем в других секторах, потому что при таком подходе отели импортируют больше продуктов и создают меньше рабочих мест.

Отмечается, что серьезными проблемами конкурентоспособности национальных туристских продуктов являются высокие цены на проживание и авиаперевозки, ограниченный уровень сервиса, несовершенство инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры, отсутствие удобного туристского информационного обеспечения (навигационных и информационных центров), нехватка квалифицированных кадров, слабость продвижения Узбекистана за рубежом. Кроме того, к числу таких проблем относятся административные и экономические барьеры для туристов, визовые процедуры, чрезмерная жесткость государственного контроля при осуществлении туристской деятельности (лицензирование и сертификация).

Как сообщалось ранее, Государственный комитет Узбекистана по развитию туризма разработал проект постановления президента, который предусматривает утверждение стратегии развития туризма до 2030 года.

При этом в стратегии развития отмечается, что в стране имеются ряд проблем, препятствующих развитию туризма на местах.

В частности, это

- высокие цены на авиаперевозки, низкое покрытие потенциальных рынков отечественными и международными авиалиниями;
- визовая политика и система регистрации Республики Узбекистан является одним из основных сдерживающих факторов увеличения потока туристов.
- слабое развитие транспортной, социальной и инженерной инфраструктуры в местах туризма, труднодоступность, невысокий уровень сервиса в местах отдыха туристов, неразвитость объектов придорожной инфраструктуры;
- недостаток квалифицированных кадров в сфере туризма, а также отдаленность образовательных программ от требований рынка труда, потребностей производства, ожиданий работодателей и т.д.;
- недостаточная степень нормативного регулирования сферы туризма и гостиничного бизнеса, в частности, отсутствия стандартов, применяемых к определенным типам мест размещения, отсутствие правил регулирования социального туризма,

применяемого в отношении работников и работодателей, отсутствие мер налогового стимулирования туристской отрасли;

- препятствия для развития туристского бизнеса, в том числе административные барьеры и инструменты государственной поддержки, требующие дальнейшего совершенствования; [3]

Кроме этого, на данный момент Узбекистан неизвестен в качестве туристического направления для большинства туристов из-за отсутствия агрессивной многоцелевой PR стратегии страны. В целом, анализ основных экономических показателей развития туризма показал, что потенциал узбекского туризма не реализуется полностью, так как развитие туризма напрямую зависит от формирования современного конкурентоспособного туристского комплекса с необходимой инфраструктурой транспортно-логистической системы. [3,4]

На 1 января 2023 года в Узбекистане было всего 5 пятизвездочных отеля по всей стране, причем большинство (672) отелей не были отнесены к категории. Следующей по величине категорией были однозвездочные отели, в общей сложности 231 отель этого уровня. По этой причине также требуется привести отели в соответствие с мировыми стандартами. [4]

Также существует необходимость произвести реконструкцию пунктов пропуска через Государственную границу Республики Узбекистан (авиационных, автомобильных, железнодорожных) и усовершенствовать процесс пересечения границы, сделав его соответствующим потребностям иностранных граждан в туристских услугах.

Отмечается, что одним из важнейших условий устойчивого развития туризма является – государственная поддержка.

При изучении международного опыта было выявлено, что страны, где государство ведёт активную политику по созданию условий для развития туристской инфраструктуры, привлечению частных инвесторов, созданию благоприятных экономических условий, подкреплённых законодательством, для деятельности субъектов туристской индустрии направляют значительные бюджетные средства на реализацию национальных проектов и программ.[5]

Однако стоит заметить, что доходы от туризма, как прямые, так и косвенные, довольно быстро окупают затраты на его развитие, что делает туристскую индустрию одним из наиболее важных двигателей социально-экономического развития страны. Основные результаты показывают, что это туристы среднего и высокого экономического уровня, относительно молодые и высокообразованные, которые приезжают в среднем на неделю. Основными методами, используемыми для определения и выбора этого направления, являются интернет и турагентства. В качестве положительной оценки данного вида туризма необходимо знать удобство его аренды и конечную цену с самого начала. [6]

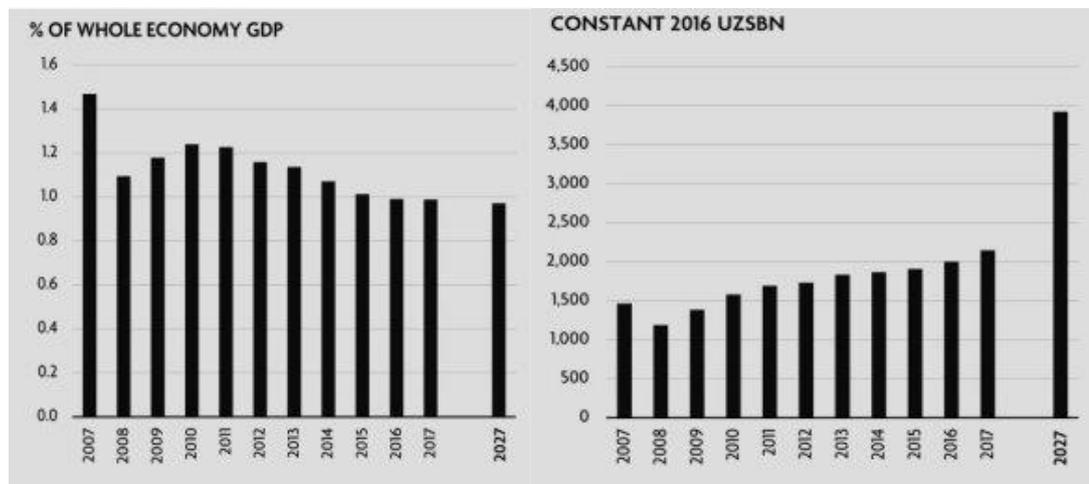


Рис. 1. Вклад туризма в ВВП Узбекистана: В % (слева); уз. сумм (справа) [7]

Год	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Количество туристов (млн)	2.7	5.3	6.7	1.5	1.9	5.2	6.6

Рис. 2. Количество туристов в Узбекистане [10,11,12]

В 2022 году число туристов из России в Узбекистан превысило 567 тысяч. при этом число российских туристов увеличилось на 200%. [11,12]

**Заключение.** Услуги средств размещения "Все включено" в Узбекистане могут быть оказаны средствами размещения, предназначенными для отдыха, рекреации и оздоровления, расположенными на курортных или загородных территориях.

#### Литература:

1. Zhou D., Yanagida J.F., Chakravorty U. And Leung P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. Annals of tourism research, 24(1), 76-89.
2. Agarwal, S., 2002. Restructuring seaside tourism – the Resort Lifecycle, Annals of Tourism Research, Vol. 29/1, pp. 25-55
3. All-Inclusive Tartıúması Bitmedi, (2002 ) Электронный ресурс [http://www.altso.org.tr/yayinlar/dergi/082002/hersey\\_dahil.pdf](http://www.altso.org.tr/yayinlar/dergi/082002/hersey_dahil.pdf)
4. Ciftci, H., Duzakin, E. and Onal, Y. (2007). All inclusive system and its effects on the Turkish tourism sector, Problems and Perspectives in Management, 5(3): 269-285.
5. lex.uz/O`zbekiston Respublikasi Prezidenti Qarori. 13.08.2019 N: PQ5781
6. kun.uz/O`zbekistonning turizm sohasidagi muammolari nimadan iborat/kun.uz/B Узбекистане рассказали о проблемах в развитие туризма
7. stat.uz/ Сколько пятизвездочных гостиниц обслуживают посетителей в нашей республике?

8. 8. Саидов, А. А. Индустрия туризма в Узбекистане: проблемы и тенденции развития/ Молодой ученый. — 2019. — № 23 (261). — С. 302-304
9. 9. Бахрамова, С. Ш. Turizm sohasi rivojlanishining ayrim muammolari // Молодой ученый. — 2019. — № 22 (260). — С. 683-685
10. 10. TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017/ The UNWTO World Tourism Barometer, URL: <http://mkt.unwto.org/barometer>