

## ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ

Эъзозхон Комилжанова

Студентка Ургенческого государственного университета

[ezozkhonkomiljanova@gmail.com](mailto:ezozkhonkomiljanova@gmail.com)

### АННОТАЦИЯ

Статья посвящена изучению теоретических основ делового туризма и его развитию в Узбекистане, анализу темпов роста, а также структуры по источникам финансирования и секторам экономики в регионах Узбекистана. Даны предложения по усилению развития и распространения делового туризма в регионах страны.

**Ключевые слова:** Бизнес-туризм, Инсентив-туры, Конгресс, Саммит, Съезд, Симпозиум, МІСЕ.

### ВВЕДЕНИЕ

В 20.08.1999 был введен в действие Постановлением Олий Мажлиса Республики Узбекистан Закон №831-І «О туризме». Целью настоящего Закона является правовое регулирование отношений в сфере туризма, развитие рынка туристских услуг, а также защита прав и законных интересов туристов и субъектов туристской деятельности. Так как туризм стал экономическим чудом. Ожидается что доходы от международного туризма скоро достигнут триллиона долларов США в год. Каждый восьмой человек на земном шаре трудиться в туристском бизнесе

### ЛИТЕРАТУРА И МЕТОДОЛОГИЯ

Наше государство не очень большое, да и ресурсами мы не настолько богаты, чтобы торговать ими направо и налево. Таким образом, вывод напрашивается сам по себе - необходимо стимулировать отрасли, которые не требуют большое количество природных ресурсов. Так, к примеру, во всех развитых странах мира валютные поступления от международного туризма больше, чем от реализации определенной категории товаров. По оценке Всемирной туристической организации, 100 туристов находящихся в городе с развитым туристическим сервисом, расходуют около 200 долларов, то есть пребывание одного туриста в городе приносит доход 2 доллара. Индустрия туризма в Узбекистане имеет



существенный потенциал развития. Он связан как с наличием большого числа уникальных природных объектов (озер, горных вершин, речных пойменных лесов), так и богатым культурно-историческим наследием. На территории страны находится свыше 7000 памятников архитектуры и искусства разных эпох и цивилизаций, многие из которых внесены в список культурного всемирного наследия ЮНЕСКО. Да, но этот потенциал эффективно не используется, много погрешностей, ошибок, недочетов.

Согласно оценкам Всемирной туристической организации (ВТО), емкость туристических ресурсов Узбекистана составляет один миллион человек в год. Несмотря на то, что за последние десять лет количество туристов, посещающих Узбекистан, увеличилось в два раза, этот огромный потенциал пока остается далеко неиспользованным. В туристической отрасли Узбекистана заняты около 15 тысяч человек.

### **История развития делового туризма**

Чтобы четко представить алгоритм развития делового туризма и выделения из него отдельного направления — МІСЕ, приглашаю заглянуть в прошлое. Практически вся дальнейшая история человечества напрямую связана с деловым туризмом. В VII-X вв. суда арабских купцов бороздили воды морей и океанов. Среди купцов было много высокообразованных людей. Серьезно рассчитывающий на успех купец должен был знать грамоту и счёт, иностранные языки, иметь представление о законах и обычаях других стран, разбираться в юриспруденции и морском деле. Средневековые купцы были первыми бизнесменами, заключавшими торговые сделки, налаживая международные связи, обменивая товары своей страны на изделия чужестранцев, таким образом развивая и влияя на мировую политику и экономику. Необходимость и любопытство толкали к деловым путешествиям: например, торговыми караванами из Западной Европы в Китай, так возник Великий Шелковый путь, или благодаря морским походам Христофора Колумба, Васко Де Гама и Марко Поло были открыты новые земли, проложены новые маршруты, наведены торговые мосты между континентами.

Именно в это время зарождаются первые, робкие предвестники современной системы туризма – постоянные дворы, караван-сарай, корчмы-где путешественнику предлагали отдых, питание, размещение. Как нельзя лучше, об этом написал профессор Роб Девидсон, преподаватель Лондонского университета Гринвич: «Бизнес-туризм связан с людьми, которые вынуждены путешествовать по работе. Тем



самым, представляется одна из самых древних форм туризма, когда с древних времен человек осуществлял путешествия с деловыми целями».

### **Деловой туризм и его классификация.**

Деловой туризм (Бизнес-туризм) – это путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов. Поездки с деловыми целями рассматриваются как одна из важнейших составных частей международного туристского обмена.

К деловому туризму ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных семинарах и совещаниях, ярмарках, выставках, салонах, а также с целью проведения переговоров и заключения контрактов.

Деловой туризм, как известно, представлен поездками за рубеж на конференции, ярмарки, форумы, выставки, а параллельно с основной целью поездки у бизнес-туриста появляется возможность совмещения приятного с полезным, потому что зачастую удается решить первостепенную задачу, а в оставшееся время отдохнуть на новом месте.

**Бизнес-туры** классифицируются на несколько видов по целям деловой поездки и по пакетам востребованных услуг. И так, это:

1. индивидуальные деловые поездки (от общего числа мировых деловых поездок на их долю в среднем приходится 70-78%);
2. участие в конференциях и семинарах (их доля варьируется в пределах 12-14%);
3. посещение выставок (их средняя доля в общем объеме составляет 10-12%);
4. конгрессные туры (примерно 3%);
5. инсентив-туризм (приблизительно 3%) [21].

Стоит отметить, что деловые поездки могут быть комплексными, то есть сочетать в себе несколько видов поездок по целям, например, посещение выставок и конгресс-тур во время одной деловой поездки.

**Инсентив-туры** - это поощрительные поездки для работников компании, агентов (торговые), менеджеров и др., в первую очередь направлены на мотивацию сотрудников: практика проведения инсентив-туров широко распространена в культуре западных компаний и является ее неотъемлемой частью. Такие поездки способствуют укреплению дружественных отношений между персоналом фирмы, позволяют обмениваться опытом и идеями, подводить итоги - и это лишь небольшой кадастр всех тех задач, которые может решить инсентив-туризм.

Индивидуальные деловые поездки - на данный момент динамика этого сектора положительная, занимают эти поездки 25% от всего рынка деловых путешествий. Раньше частная деловая поездка (2-3 дня - это средняя продолжительность такой поездки) подразумевала под собой простое желание съездить за границу и восстановить силы, хорошо отдохнув, а сейчас большая часть клиентов, когда заказывает деловой тур, уже заранее составляют график проведения деловых партнеров, установления связей и контактов, покупок технологий, то есть планирует заранее. В данном секторе делового туризма наблюдается следующее явление - растет спрос на комбинированные программы, в которые входят и работа, и поощрение в виде отдыха (3-4 дня отводятся для работы и 1-3 день позволено отдохнуть).

Экскурсионно-развлекательная программа инсентив-туров из года в год становится все более яркой и разнообразной. А география, пользующихся наибольшим спросом, инсентив-маршрутов довольно обширная. В основном это высокоразвитые европейские страны, среди них наиболее востребованы Австрия, Великобритания, Германия.

Конгресс, априори, масштабное деловое мероприятие. Например, в США или ведущих азиатских странах конгресс может собрать пять-семь тысяч участников. Конгрессный туризм для индивидуальных бизнес-туристов отличается от выставочного тем, что не нуждается в стандартном продвижении, - ведь предварительная реклама мероприятий здесь неэффективна. Большая часть запросов на посещение конгресса или конференции, как правило, поступают от частных клиентов, у которых уже на руках приглашения, заинтересованных только в оформлении стандартного туристического пакета (визы, перелет, трансфер, проживание). В сфере проведения конгрессов и подобных мероприятий компании более всего отдают предпочтение странам, обладающим туристической привлекательностью - Турция, Испания, Крит, Греция.

Деловой туризм довольно многогранен, соответственно существуют различные классификации. Основными частями сферы которого являются следующие мероприятия:

1. Конгресс - это встреча делегации, формальная, представляющие определенную сферу деятельности или занятых исследованием определенной области, для рассмотрения различных вопросов;
2. Конференция - А. обмен мнениями на встрече;  
Б. собрание для обсуждения общих для всех членов вопросов;

3. Саммит - похож на конференцию, только уже это мероприятие на высоком уровне; собрание и переговоры людей (даже до глав государств) в высших правительственных кругах разных стран;

4. Съезд - собрание представителей общественной организации, политической партии либо социальной, профессиональной, национальной и иной группы. Участники съезда организации или партии (делегаты) избираются на собраниях членов их территориальных отделений и им делегируются полномочия представлять на съезде их избирателей;

5. Симпозиум - мероприятие, сопровождающееся беседами в непринужденной обстановке, или формальная встреча, когда специалисты делают короткие сообщения на определенную тему или несколько тем, связанных друг с другом;

6. Семинар - лекция, сопровождающаяся обменом мнений участников [21].

### **Развитие делового туризма в Узбекистане**

MICE — деловой туризм, аббревиатура которого расшифровывается как Встречи (Meetings), Стимулы (Incentives), Конференции (Conferences) и События (Events). Проще говоря, это направление туризма, когда команда сотрудников компании отправляется в командировку на переговоры или мероприятие, от успеха которых зависит развитие бизнеса.

MICE туризм в Узбекистане в настоящий момент активно развивается. Этому способствует туристический потенциал страны в целом, ведь организация деловых туров по историческим достопримечательностям и городам с древней историей очень сближает и помогает узнать действующих или потенциальных партнёров намного лучше.

Деловые туры вообще крайне полезны для неформального общения. А если это бизнес-поездки в Узбекистан, то здесь для этой цели огромные возможности: множество культурно значимых объектов, внесённых в список Всемирного наследия ЮНЕСКО;

- уникальные природные заповедники ;
- красочные горные, городские и пустынные пейзажи;
- комфортабельные гостиницы;
- гастрономическое изобилие узбекской кухни.

Нередко от одной встречи может зависеть крупный контракт или начало большого совместного проекта. Поэтому крайне важно произвести правильное впечатление на потенциальных партнёров и убедиться в том, что и они вам подходят.

## Meetings

### Встречи

В Узбекистане множество комфортабельных гостиниц, ресторанов и бизнес-центров. Мы поможем вам организовать трансферы, заказ конференц-залов и ресторанов для проведения ваших встреч и переговоров.

## Incentives

### Стимулы

В Узбекистане есть отличные условия для культурного и активного отдыха. Мы предлагаем увлекательные туры и тимбилдинги в городах и курортах Узбекистана для ваших сотрудников и партнеров.

## Conferences

### Конференции

Ежегодно в Узбекистане проходит множество профильных выставок, конференций и форумов. Мы поможем вам стать участником этих мероприятий или организовать собственную конференцию.

## Events

### События

Мы рады предложить вам готовые решения или можем реализовать ваши идеи для дополнения корпоративного отдыха в Узбекистане: вечеринки, концерты, экскурсии, мастер-классы и многое другое.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ деятельности отечественных туристских фирм, гостиниц и ресторанов показывает, что уровень подготовки персонала, качество предоставляемых в них услуг уступает общепринятым на Западе мировым стандартам. Путем открытия рынка услуг для иностранных поставщиков государство не только привлекает передовые технологии, знания, но и содействует росту занятости населения. Потенциальные возможности Узбекистана для развития индустрии туризма и экотуризма. Наличие большого числа уникальных природных объектов, богатое культурно-историческое наследие и древние традиции узбекской национальной культуры, инфраструктура туризма, развитая сеть современных гостиниц, сферы обслуживания. Существует мнение, что либерализация доступа на национальный рынок товаров может привести к ущербу для отраслей промышленности со всеми вытекающими отсюда негативным социально - экономическим последствиям.

Однако, существует мнение, что либерализация на рынке туризма и сервиса услуг напротив, может привести к укреплению национального сектора услуг, способствуя доступу к дешевым и качественным услугам для национальной индустрии туризма, укрепляя конкурентоспособность.

## REFERENCES

1. Дурович А.П. «Маркетинг в туризме»
2. Дехтярь Г.М. «Лицензирование и сертификация в туризме».
3. Информационная - правовая система NORMA
4. [www.uzbektourism.uz](http://www.uzbektourism.uz)
5. [www.gov.uz](http://www.gov.uz)
6. [www.travel.r](http://www.travel.r)

