

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ И ПОЛИТИК ДЛЯ  
СТИМУЛИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ЕГО  
ИНТЕГРАЦИИ В ОБЩУЮ ТУРИСТИЧЕСКУЮ  
ИНФРАСТРУКТУРУ**

*Гулямова Маржона*

*Kimyo International University in Tashkent, студентка университета*

***Аннотация.** Статья рассматривает вопросы разработки стратегий и политик для стимулирования внутреннего туризма и его интеграции в общую туристическую инфраструктуру. В статье анализируются текущее состояние внутреннего туризма, выявляют проблемы и потенциал его развития, а также предлагают эффективные стратегии для стимулирования спроса и предложения в этой сфере. Обсуждаются также ключевые факторы, влияющие на внутренний туризм, такие как экономические, социокультурные и экологические аспекты. Особое внимание уделяется взаимодействию с другими секторами, такими как транспорт, культура и образование, а также созданию единой информационной платформы для туристов. Результаты и выводы статьи могут быть полезны для государственных органов, частного сектора и местных сообществ, заинтересованных в развитии внутреннего туризма и улучшении туристической инфраструктуры.*

***Abstract.** The article examines the issues of developing strategies and policies to stimulate domestic tourism and its integration into the overall tourism infrastructure. The article analyzes the current state of domestic tourism, identifies problems and potential for its development, and suggests effective strategies to stimulate supply and demand in this area. The key factors influencing domestic tourism, such as economic, socio-cultural and environmental aspects, are also discussed. Special attention is paid to interaction with other sectors such*

*as transport, culture and education, as well as the creation of a unified information platform for tourists. The results and conclusions of the article can be useful for government agencies, the private sector and local communities interested in developing domestic tourism and improving tourism infrastructure.*

**Ключевые слова:** *внутренний туризм, стратегии развития, туристическая инфраструктура, стимулирование спроса, социокультурные факторы, экономика, экологическая устойчивость.*

**Keywords:** *domestic tourism, development strategies, tourism infrastructure, demand stimulation, socio-cultural factors, economics, environmental sustainability.*

### **Введение**

Тема стимулирования внутреннего туризма и его интеграции в общую туристическую инфраструктуру остается крайне актуальной в контексте развития туристической индустрии. Внутренний туризм играет важную роль в экономическом развитии страны, способствуя созданию новых рабочих мест, стимулируя рост местных предприятий и повышая общий уровень благосостояния.

Разработка стратегий и политик для стимулирования внутреннего туризма и его интеграции в общую туристическую инфраструктуру остается крайне актуальной, поскольку эта тема непосредственно связана с экономическим ростом, развитием инфраструктуры, социокультурным влиянием, устойчивым развитием, сезонностью и диверсификацией предложения, а также использованием инновационных подходов, включая цифровизацию, что в совокупности способствует улучшению качества жизни, привлечению инвестиций и укреплению конкурентоспособности туристической индустрии [1].

В целом, разработка комплексных стратегий и политик для стимулирования внутреннего туризма и его интеграции в общую туристическую инфраструктуру является ключевым аспектом развития туристической отрасли, который влияет на экономический, социокультурный и экологический аспекты жизни общества.

Цели и задачи исследования по данной теме направлены на понимание текущего состояния внутреннего туризма, выявление проблем и потенциала его развития, а также разработку эффективных стратегий и политик для стимулирования внутреннего туризма и его интеграции в общую туристическую инфраструктуру. Основные цели включают в себя анализ спроса и предложения внутреннего туризма, изучение факторов, влияющих на развитие этой сферы, и определение возможностей для устранения препятствий. Задачи исследования включают анализ туристических потоков, исследование лучших практик в других странах, оценку экономических и социокультурных выгод от развития внутреннего туризма, а также выработку рекомендаций для государственных и частных структур по улучшению условий и привлечению большего числа туристов.

Анализ статистических данных косвенного вклада туризма в национальную экономику показал, что в Республике Узбекистан его доля по сравнению с показателями зарубежных стран также невелика и составляет 153,4 млрд долларов США [2].

По оценке генерального секретаря Всемирной туристской организации Т. Рифаи, на крупнейшие мировые туристические направления приходится лишь 25 – 30% международного въездного потока, остальные путешествия совершаются туристами в пределах своей страны. Таким образом, в структуре видов туризма внутренний туризм выступает в качестве основного источника доходов в национальный бюджет, что подтверждается статистическими данными [3].

Изучение существующих стратегий и политик внутреннего туризма в разных регионах предполагает анализ и сравнение подходов, принятых в

различных странах или регионах, с целью выявления лучших практик и применения их в контексте конкретного места. Это включает в себя оценку правового и регуляторного фреймворка, поддерживающего внутренний туризм, меры по стимулированию спроса и предложения в этой сфере, инвестиционные программы, направленные на развитие туристической инфраструктуры, маркетинговые стратегии для привлечения внимания и увеличения числа туристов, а также программы обучения и поддержки местных предпринимателей. Важно учитывать особенности культуры, экономические условия и природные ресурсы каждого региона при адаптации стратегий, а также обмениваться опытом и сотрудничать с другими странами и регионами для достижения наилучших результатов в развитии внутреннего туризма [4].

Экономические факторы, такие как уровень доходов населения, цены на туристические услуги, инфляция и курс валюты, определяют доступность и привлекательность внутреннего туризма для населения. Социокультурные факторы, такие как культурное наследие, мероприятия, обычаи и предпочтения в отдыхе, также оказывают влияние на выбор туристических направлений. Экологические факторы, включая состояние природной среды, ее красоту и чистоту, также могут привлекать туристов или, наоборот, отталкивать от посещения данного региона.

Инфраструктура и доступность туристических объектов играют важную роль в развитии туризма. Давайте рассмотрим их более подробно:

### 1. Инфраструктура:

*Транспортная инфраструктура:* хорошо развитая сеть дорог, аэропортов, железных дорог и общественного транспорта обеспечивает удобство перемещения для туристов. Это включает в себя доступность до туристических мест, а также между ними.

*Гостиничная инфраструктура:* наличие разнообразных гостиниц, отелей, хостелов и других мест размещения влияет на привлекательность

региона для туристов. Качество и доступность размещения важны для комфортного пребывания.

*Инфраструктура развлечений и услуг:* рестораны, магазины, развлекательные центры, медицинские учреждения и другие услуги также важны для туристов.

### 2. Доступность туристических объектов:

*Физическая доступность:* Туристические объекты, такие как достопримечательности, музеи, пляжи и горнолыжные курорты, должны быть физически доступными для всех. Это включает в себя удобные пути, подъемники, пандусы и другие средства для людей с ограниченными возможностями.

*Информационная доступность:* Туристы должны иметь доступ к информации о туристических объектах, расписаниях, ценах и других деталях. Информация должна быть доступна на разных языках и через разные каналы связи (веб-сайты, брошюры, информационные стойки и т. д.).

Важно, чтобы инфраструктура и доступность были учтены при разработке туристических стратегий и политик. Это поможет привлечь больше туристов и обеспечить им комфортное пребывание [5].

**Стратегии стимулирования внутреннего туризма** включают в себя различные меры, направленные на привлечение туристов и развитие туристической инфраструктуры. Вот несколько стратегий:

#### 1. Инвестиции в инфраструктуру:

Привлечение инвестиций для развития туристической инфраструктуры является ключевой стратегией. Это может включать в себя:

**Строительство и обновление гостиниц и курортов:** Создание комфортных мест размещения для туристов.

**Развитие транспортной инфраструктуры:** Улучшение дорог, аэропортов, железных дорог и общественного транспорта.

Создание туристических объектов: Парков, музеев, аквапарков и других мест развлечений.

### 2. Маркетинг и реклама:

Продвижение туристических маршрутов: Активное продвижение интересных маршрутов и достопримечательностей.

Сотрудничество с туроператорами и агентствами: Привлечение профессионалов, которые помогут продвигать регион.

### 3. Создание уникальных предложений:

Тематические мероприятия: Организация фестивалей, выставок, спортивных событий и других мероприятий.

Туристические пакеты: Создание пакетов, включающих размещение, экскурсии и другие услуги.

### 4. Обучение и поддержка местных предпринимателей:

Поддержка малого бизнеса: Обучение и финансовая поддержка местных предпринимателей, чтобы они могли развивать туристические услуги [6].

### 5. Экологическая устойчивость:

Сохранение природы и культурного наследия: Привлечение туристов, которые ценят экологическую устойчивость и уважают местные традиции.

Инвестиции в развитие туристической инфраструктуры и активное продвижение региона существенно способствуют развитию внутреннего туризма.

Анализ работ авторов [3; 6] показал, что, помимо низкой покупательной способности населения, развитию внутреннего туризма препятствуют следующие проблемы, характерные для большинства регионов РУз:

1. Отсутствие реальной государственной поддержки туристской отрасли.

2. Дефицит квалифицированных кадров и их несоответствие мировым стандартам обслуживания.

3. Низкая инвестиционная и деловая активность в сфере туризма.

4. Недостаток информации о существующих внутренних туристских предложениях.

5. Высокая стоимость туристских продуктов [7].

Выявленные причины позволили обобщить отечественный и зарубежный опыт по развитию внутреннего туризма по конкретным направлениям (табл. 4).

Таким образом, успешное развитие внутреннего туризма во многом зависит от степени государственной поддержки отрасли. Однако и на региональном уровне можно использовать некоторые механизмы, позволяющие активизировать данное направление для жителей своей страны.

Так, среди стимулирующих механизмов активизации внутреннего туризма в Вологодской области могут выступать:

1. Проведение местными органами власти политики, направленной на улучшение отношений с субъектами туристского бизнеса и включающей такие меры, как:

- предоставление льгот по налогообложению;
- предоставление гарантий при получении кредитов и займов;
- включение турфирм в региональные проекты по развитию туризма.

2. Создание гостинично-кадрового центра в г. Вологде, включающего гостиничный комплекс и образовательный центр по переподготовке и повышению квалификации специалистов гостинично-туристской сферы.

3. Оптимизация процесса подготовки кадров для сферы туризма в образовательных учреждениях области (привлечение высококвалифицированных специалистов-практиков с многолетним опытом работы к преподавательской деятельности на договорной основе – руководителей туристских организаций, гостиниц, организаций общественного питания и др., повышение квалификации преподавателей

специальностей туристского профиля, расширение баз практики обучающихся).

4. Проведение различных мероприятий при поддержке региональных властей, стимулирующих сбыт туристского продукта, включающие скидки, акции, бонусы и т. д.

5. Рекламно-информационная деятельность, направленная на продвижение внутреннего туристского продукта, в частности, с использованием крупных событийных мероприятий.

Рекомендуемые мероприятия позволят повысить доступность, качество существующих внутренних туристских предложений, информированность о них населения, а также увеличить вклад внутреннего туризма в экономику региона.

Интеграция в общую туристическую инфраструктуру и создание единой информационной платформы для туристов играют важную роль в улучшении опыта путешествий и стимулировании внутреннего туризма. Вот как взаимодействие с другими секторами может способствовать этому:

**Таблица 1**

**Способы стимулирования внутреннего рынка [8]**

<b>Способ стимулирования</b>	<b>Место применения</b>	<b>Название мероприятия</b>	<b>Эффект от реализации</b>
Государственная поддержка отрасли			
Принятие стратегий развития внутреннего туризма	Италия	Принятие закона о содействии сельского туризма	1. Увеличение количества ферм, занятых в сельском туризме в период 2003–2011 гг. на 56,8% (с 13 до 20 тыс. чел.). 2. Увеличение количества мест проживания в период 2003–2011 гг. на 55,7% (с 10,8 до 16,8 тыс. ед.).

			3. Ежегодный доход от развития сельского туризма составляет 552 млн долларов.
Привлечение инвестиций			
Комплексное освоение территории	Мексика		Мультипликативный эффект в первые годы реализации стратегии развития туризма составил 110% . Каждый гостиничный номер создал 2,5 рабочих места в туризме и 2 – в сопутствующих отраслях.
Прямые государственные инвестиции в туризм	Китай		В Китае по итогам 2015 года инвестиции в туристическую сферу КНР впервые превысили 1 трлн юаней(\$153 млрд), что на 42% больше, чем в 2014 году. В целом активная государственная поддержка отрасли позволила Китаю в 2015 году подняться с 45-го места на 17-е в мировом рейтинге конкурентоспособности туристического сектора экономики
Стимулирование сбыта			
Акции	Россия,	Акция по предоставлению	Популяризация лечебных возможностей территории

	Краснодарский край	туристам экспресс-программ оздоровления и отдыха «Семь дней в копилку здоровья»	позволила дополнительно привлечь в курортные организации на лечение и оздоровление почти 2 млн граждан, из них более 350 тыс. детей
--	--------------------	---	---

**Транспорт:** сотрудничество с транспортными компаниями позволяет интегрировать различные виды транспорта в единый маршрут путешествия. Это может включать в себя разработку туристических пакетов с включенным транспортом (например, авиабилеты, ж/д или автобусные билеты), а также организацию трансферов между различными точками маршрута.

**Культура:** взаимодействие с культурными учреждениями и организациями позволяет включить в туристический маршрут посещение музеев, театров, галерей и других культурных объектов. Это делает путешествие более насыщенным и интересным, способствует пониманию местной истории и культуры.

**Образование:** сотрудничество с образовательными учреждениями может предоставить туристам возможность учиться или участвовать в образовательных программных мероприятиях во время путешествия. Это может быть организация языковых курсов, мастер-классов по местным ремеслам или научных лекций о природе и культуре региона.

**Единая информационная платформа:** создание единой информационной платформы для туристов позволяет предоставить им доступ к полной и актуальной информации о туристических объектах, событиях, развлечениях, транспорте, размещении и других сервисах. Это упрощает планирование путешествий, повышает комфорт и уверенность туристов в выборе и организации своего отдыха [7, 8].

Такое взаимодействие с другими секторами позволяет создать интегрированный туристический продукт, который удовлетворяет разнообразные потребности и предпочтения туристов, а также способствует улучшению туристического опыта и стимулирует развитие внутреннего туризма.

### **Заключение**

Внутренний туризм играет ключевую роль в развитии экономики, социокультурной сферы и сохранении природных ресурсов в различных странах мира. Разработка эффективных стратегий и политик для стимулирования внутреннего туризма и его интеграции в общую туристическую инфраструктуру становится все более актуальной в условиях постоянно меняющихся социально-экономических и экологических условий.

### **Выводы:**

— Эффективная разработка стратегий и политик для стимулирования внутреннего туризма требует комплексного подхода, учитывающего экономические, социокультурные и экологические факторы.

— Взаимодействие с другими секторами, такими как транспорт, культура и образование, играет важную роль в интеграции внутреннего туризма в общую туристическую инфраструктуру. Это способствует созданию интегрированных туристических продуктов и улучшению туристического опыта.

— Создание единой информационной платформы для туристов является ключевым механизмом для обеспечения доступности и актуальности информации о туристических объектах, услугах и мероприятиях, что способствует привлечению большего числа туристов и повышению уровня сервиса.

— Привлечение инвестиций в развитие туристической инфраструктуры является необходимым условием для улучшения качества

туристических услуг, создания новых рабочих мест и стимулирования экономического роста в регионах.

Развитие внутреннего туризма и его интеграция в общую туристическую инфраструктуру требуют совместных усилий со стороны государства, частного сектора и местных сообществ. Однако, успешная реализация этих стратегий и политик может принести значительные экономические, социокультурные и экологические выгоды для общества в целом.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учеб. для вузов / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. СПб.: Питер, 2008.
2. American Express Spending & Saving Tracker [Electronic resource]. 2019 – Available at: <http://aboutamericanexpress.com/news/sst>
3. Economic Impact of Travel & Tourism 2021 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis>
4. International tourism [Electronic resource]. – Available at: <http://www.worldbank.org/en/country/uzbekistan>
5. Keller, P. The future of small and medium size enterprises in tourism [Electronic resource] 2018 /P. Keller. – Available at: <http://www.unibg.it/dati/corsi/44014/47865-The%20future%20of%20small%20and%20medium%20enterprises.pdf>
6. UNWTO Tourism Highlights: 2015 Edition [Electronic resource]. – Available at: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2015-edition>
7. Васильев В.Н. Техника продвижения товаров и услуг на рынок // Российское предпринимательство. — 2000.
8. Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии: учеб. для вузов / Ф. Котлер, Фернандо Триас Де Без. СПб.: Нева, 2004