

Факторы повышения конкурентоспособности туризма в Узбекистане

Саидов К.С. (СамГУ)

Стратегия продвижения туризма в Узбекистане за годы независимости отражает особенности «Узбекской модели» развития туризма. Такая стратегия предполагает управление развитием туризма, при ведущей роли национальной компании «Узбектуризм», как государственной формы управления, а так же негосударственных форм туристической деятельности.

Национальная компания «Узбектуризм» за годы независимости последовательно проводила государственный курс развития туризма в республике. Она задавала тон в осуществление государственных программ. указов Президента республики по развитию, как внутреннего, так и международного туризма. Имея свои представительства в ряде развитых стран мира, национальная компания проводила активную работу по укреплению сотрудничества Узбекистана с внешним миром по развитию культурных связей, участия республики в международном туризме.

Правовыми основами развития туризма и её разветвленной структуры послужили законы Республики Узбекистан «О туризме», «Государственная программа развития туризма на период до 2005 года» и другие законодательные акты и указы Президента по развитию международного туризма.

Расширяется сеть гостиничного хозяйства, восстанавливаются исторические и археологические памятники, благоустраиваются города. Определенные изменения происходят в структуре туристических организаций по формам собственности. В настоящее время в Узбекистане имеются более 350 туристических организаций, представляющих различные формы собственности, в том числе функционируют более 300 частных туристических фирм. В республике создана (1999 г.) Ассоциация частных туристических фирм, которая входит в состав национальной компании «Узбектуризм».

В условиях рыночных отношений туризм в республике призван стать важным фактором стабилизации национальной экономики и служить одним из источников увеличения ВВП и пополнения государственного бюджета. Постепенно увеличивается количество туристов, приезжающих в Узбекистан. Только за 1991 – 2004 годы число туристов, прибывших из других стран в республику, увеличилось почти в 20 раз и достигло 280 тыс. человек. Доход от реализации туристического продукта в 2004 году составил 45,8 млрд. сумов. За 2001-2004 годы доходы, получаемые от туризма, возросли на 73 процента. Каждый иностранный турист платит за оказанные ему услуги, в среднем, оставляет одну тысячу долларов США. Для Узбекистана, где международный туризм находится на стадии становления, этот показатель является неплохим. В то же самое время, следует отметить, что количество прибытий в Узбекистан не большое и далеко не

соответствует реальным возможностям республики в приёме иностранных туристов.

Не достаточно привлекаются иностранные инвестиции в развитии отрасли. Они в 2004 году составили лишь около 200 млн. долларов США.

Несмотря на определенные сдвиги в деле развития международного туризма в республике, важнейшей проблемой в этом деле остаётся качество реализуемого туристического продукта. На проходившем в городе Ташкенте в 2005 году заседании «Круглого стола» по теме «Развитие и повышение конкурентоспособности индустрии туризма в Узбекистане», с участием специалистов министерств и ведомств Узбекистана и представителей международных организаций, состояние туризма, как важнейшего сектора экономики Узбекистана, было признано не отвечающим, в полной мере, потенциальным туристическим возможностям страны. Оно не отвечает современным тенденциям, складывающимся на основных зарубежных рынках, генерирующих потоки туристов.

Анализ состояния экспорта туристического продукта республики показывает его весьма слабую конкурентоспособность, вернее неконкурентоспособность. Доходы от туризма, по примерным подсчётам, составляют лишь около 1 процента в структуре ВВП страны. Конкретных официальных данных по этому показателю, найти весьма трудно. Отсутствие необходимой статистической информации по производству и реализации туристического продукта не позволяет проводить глубокие научные исследования и выработать научно обоснованную стратегию развития туризма в стране. По этой причине многие Программы развития туризма остаются не выполненными.

На протяжении ряда лет Всемирная туристическая организация (ВТО), членом которой является Узбекистан, предлагает ввести в практику системы дополнительных счетов в туризме – TSA (Tourism Satellite Account). Однако по неизвестным причинам такое предложение остаётся без внимания. Подобный показатель используется почти во всех странах, с развитой туристической индустрией. Складывается такое впечатление, что организаторы в туризме больше заинтересованы в теневой деятельности, чем в легализованной. Из этого следует, что важнейшим фактором повышения конкурентоспособности узбекистанского туристического продукта является либерализация деятельности туристических фирм, прозрачность их финансовой деятельности, периодическая отчетность по выполнению государственных программ. Информации о туристической деятельности даст возможность определить долю туризма в ВВП страны, анализировать тенденции и, на этой основе, принимать меры по эффективности инвестиций в эту сферу.

Другим фактором повышения конкурентоспособности Узбекистанского туризма следует считать эффективную государственную политику по регулированию и стимулированию развития малого бизнеса и частного предпринимательства в этой сфере. На начальных этапах переходного периода национальная компания «Узбектуризм», как

государственная форма управления, сыграл положительную роль в становлении отечественного туризма. Она сыграла ведущую роль в составлении и осуществлении Государственных программ развития туризма.

Она сосредоточила в своих руках право регистрации и лицензирования туристической деятельности по всей территории республики, централизованное установление цен на туристический продукт. В настоящее время «Узбектуризм» остаётся самым крупным собственником – монополистом в сфере туризма. Данная компания контролирует весь финансовый поток в системе республиканского туризма. Ни один город или область не имеют представления о поступающих доходах и расходах от туристической деятельности фирм, расположенных на их территориях. Туристические фирмы практически не принимают участия в формировании местных бюджетов и в решении муниципальных экономических и социальных проблем. Управление в системе национальной компании «Узбектуризм» настолько централизовано, что её собственные областные отделения остаются почти бесправными. Они лишены самостоятельной финансовой базы и не могут активно влиять на деятельность туристических фирм региона. Политика разгосударствления и либерализации в переходном периоде практически не коснулась системы управления в туризме. Такое положение не даёт возможность для развития конкуренции и повышению социально-экономической эффективности отрасли. Туристические фирмы в республике фактически работают не в условиях рыночных отношений, а при «разрешительной» системе. По нашему мнению, настала пора для применения мер по разгосударствлению в системе туризма, расширению прав негосударственных форм туристических организаций, особенно частных туристических фирм. Требуется существенное расширение прав и обязанностей Ассоциации частных туристических фирм, создание их областных подразделений, активизация их участия в подготовке и принятия государственных решений по проблемам развития туризма в республике.

Реформы в системе управления туризмом, на наш взгляд, должны предусмотреть активизацию роли областных организаций национальной компании «Узбектуризм» и местных органов власти. Финансовая деятельность туристических фирм должна быть подконтрольной местным (городским) органам управления. Туристические фирмы должны вносить свою долю в местный бюджет. В свою очередь, городские органы управления должны быть заинтересованными в увеличении количества туристов, производства туристического продукта, в использовании такой возможности для создания дополнительных рабочих мест, решения проблем занятости и доходности семей за счёт туризма.

Настало время возвращения к вопросу о создании специальных открытых экономических зон по международному туризму. Остаётся невыполненным Указ Президента Республики от 2 июня 1995 года «О мерах по активизации участия республики Узбекистан в возрождении Великого шёлкового пути и развития международного туризма в Узбекистане». В этом Указе было особо отмечено необходимость создания специальных открытых

экономических зон по международному туризму в ряде городов республики, в том числе, в Самарканде, Бухаре, Хиве, Ташкенте.

Среди факторов повышения конкурентоспособности узбекистанского туризма следует отнести диверсификацию туристических услуг, устранение препятствий для развития предпринимательской инициативы, укрепление сотрудничества государственного и частного секторов в сфере туризма. Регистрацию частных туристических фирм целесообразно осуществлять согласно общим правилам регистрации всех других форм предпринимательской деятельности, в городских хокимиятах в самые сжатые сроки (один день), а не в национальной компании «Узбектуризм» в городе Ташкенте. Вопросы сертификации деятельности туристических фирм также могут успешно решаться на местах в соответствующих организациях по контролю качества товаров и услуг. Упрощение регистрационных и сертификационных операций послужит устранению чрезмерной бюрократизации в этом деле.

Повышение конкурентоспособности туризма во многом зависит от качества приёма и обслуживания туристов. В средствах массовой информации неоднократно высказывались мнения иностранных туристов о низком качестве туристических услуг и высоких, при этом, ценах на них. Среди таких претензий следует отметить: низкий уровень приёма туристов в аэропортах, грубые нарушения при организации заполнения бланков деклараций, приёме и выдаче багажа, высокие цены номеров в гостиницах, (которые за частую не отвечают их официальной категории), неудовлетворительное транспортное обслуживание, отсутствие необходимого комфорта в салонах транспорта, слабое знание иностранных языков обслуживающим персоналом на всех уровнях, отсутствие нормальных санитарных узлов в местах массового посещения туристов и другие.

Конкурентоспособность туристических фирм на мировом рынке во многом зависит от состояния маркетинговых исследований в этой сфере. Узбекистан располагает огромным потенциалом для развития культурного, познавательного, горного, научного и многих других форм коллективного и частного туризма. Как отметил, посетивший Узбекистан заместитель министра землепользования, инфраструктуры и транспорта Японии Хойа Хора, «...национальный спрос на посещение исторических памятников в центрально азиатском регионе со стороны японских туристов достаточно большой. Именно Узбекистан может стать местом паломничества японских туристов, совершающих зарубежные поездки с культурной мотивацией (См., газета Бизнес Вестник Востока, №12. 2005 г.)».

Расположенные на территории Узбекистана мавзолеи корифеев исламской религии и науки Имаила Бухари, Багоутдина Накшбанд, Ал Мотрудий, Ходжа Ахрора Вали и многих других привлекает большой интерес многомиллионных жителей мусульманского Востока. Активное участие туристических фирм на международных ярмарках, рекламирование

туристического продукта республики на международном уровне способствует резкому увеличению туристических потоков в республику.

Повышение конкурентоспособности узбекистанского туристического продукта на мировых рынках непосредственно зависит от состояния подготовки кадров. Человеческий фактор присутствует на всех уровнях туристической деятельности. Нынешнее состояние и система подготовки кадров не отвечает растущим требованиям к этой сфере. Укрепление политической стабильности в регионе будет сопровождаться увеличением количества туристов. По прогнозам национальной компании «Узбектуризм», в ближайшие годы количество иностранных туристов в республику может превысить миллионный рубеж. Соответственно, требуется расширение сети подготовки туристических кадров, особенно в таких туристических центрах, как Самарканд, Бухара, Фергана и др. Согласно официальной информации в системе туризма республики ныне заняты 15 тыс. человек. Среди них 30 процентов имеют высшее образование. Однако основная масса кадров не имеют специального высшего образования по туризму. Многие из них являются специалистами различных других отраслей и не имеют представления о научных основах организации и управления туристической деятельностью. Так, на руководящих должностях туристических фирм Самарканда нет ни одного человека, имеющего специальное высшее образование в области туризма. Такое же положение можно увидеть и в других туристических городах. Решение всех этих проблем необходимо предусмотреть в Государственной программе развития туризма в Узбекистане.