

УДК 338.48 (575.141)

DOI: 10.18413/2409-1634-2016-2-1-18-25

Асланова Д. Х.
Саттарова З. И.
Алимова М. Т.

**РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ КЛАСТЕР КАК ИНСТРУМЕНТ
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА**

- 1) проректор по науке СамИЭиС, кандидат экономических наук, доцент. Самаркандский институт Экономики и Сервиса. ул. А.Темура, 9, Самарканд, 140100, Узбекистан. *ilm_bulim@rambler.ru*
- 2) старший преподаватель кафедры «Экономика» СамИЭиС. Самаркандский институт Экономики и Сервиса ул. А.Темура, 9, Самарканд, 140100, Узбекистан. *samisi_sayoh@bk.ru*
- 3) ассистент кафедры «Экономическая теория» СамГУ. Самаркандский государственный университет имени Алишера Навои. Университетский бульвар, 15, Самарканд, 140100, Узбекистан. *alimovamashhura@mail.ru*

Аннотация

В статье проанализированы основные факторы формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области. Подробно рассмотрены сильные и слабые стороны, обуславливающие формирование туристского кластера. Возможности формирования и факторы, препятствующие формированию регионального туристского кластера.

Ключевые слова: кластер, региональный кластер, СВOT анализ, кластерная политика, экономика, туризм, анализ рынка туристских услуг.

Dilbar H. Aslanova
Mashkhura T. Alimova
Zukhra I. Sattarova

**REGIONAL TOURIST CLUSTER AS AN INSTRUMENT
OF INCREASING THE EFFICIENCY OF ECONOMY OF THE REGION**

- 1) PhD in Economics, Associate Professor, Vice Rector for Science, Samarkand Institute of Economy and Service 9 A. Temur St., Samarkand, 140100, Uzbekistan. *ilm_bulim@rambler.ru*
- 2) Senior Teacher, Department of Economy. Samarkand Institute of Economy and Service 9 A. Temur St., Samarkand, 140100, Uzbekistan. *samisi_sayoh@bk.ru*
- 3) Assistant Lecturer, Department of Economic Theory, Samarkand State University named after Alisher Navoi 15 Universitetsky Boulevard, Samarkand, 140100, Uzbekistan. *alimovamashhura@mail.ru*

Abstract

The article analyzes the main factors of regional tourism cluster in Samarkand region. The strengths and weaknesses, causing the formation of tourist cluster, are considered in detail. The potential factors for and against the formation of a regional tourist cluster are also examined.

Keywords: cluster; regional cluster; SVOT analysis; cluster policy; economy; tourism; analysis of the market of tourist services

Эффективное функционирование и достижение международных стандартов конкурентоспособности туристского сектора является важнейшим направлением социально-экономического развития, поскольку предполагает решение ряда приоритетных задач: повышение качества жизни населения и уровня занятости, создание эффективного механизма воспроизводства трудовых ресурсов, повышение роли региона в международном и межрегиональном разделении труда, увеличение доходной части бюджета, стимулирование притока инвестиций, в том числе иностранных, решение вопросов рационального землепользования, развитие современной инфраструктуры и т.д. В настоящее время, во всем

мире одним из направлений обеспечивающих конкурентоспособность туристского сектора, выступает соответствующий организационно-экономический (кластерный) механизм. Наиболее эффективным организационно-внедренческим механизмом кластеризации признается механизм государственно- частного партнерства (ГЧП) – «юридически оформленные отношения органов власти и субъектов предпринимательства в отношении объектов, находящихся в юрисдикции государства, основанные на обязательном разделении рисков, учете интересов и координации усилий сторон, осуществляемые в целях наиболее эффективной реализации проектов, имеющих важное общественно-государственное значение».

Поэтому в настоящее время, развитие региональных туристских кластеров в Узбекистане является одним из условий повышения конкурентоспособности отечественной экономики и интенсификации механизмов частно-государственного партнерства: между наукой, государством, образованием и бизнесом.

В туристской отрасли, согласно Постановления Кабинета Министров РУЗ от 10.10.2012 года №288 «О мерах по дальнейшей поддержке и развитию сферы туризма в Республике Узбекистан» государственно-частное партнерство предусматривает «эффективное взаимодействие всех органов власти, туристского бизнеса, научных и общественных организаций в реализации масштабных туристских проектов и программ, направленных на развитие туристской привлекательности регионов, увеличение внутреннего и въездного туристских потоков, повышение качества туристских продуктов». В Узбекистане на сегодняшний день, уделяется особое внимание комплексному развитию туристской индустрии, ведутся широкомасштабные мероприятия по совершенствованию инфраструктуры туризма, расширению ассортимента туристских услуг, улучшению качества сервиса оказываемых услуг и диверсификации туристского продукта.

В период 2000-2014 годы среднегодовой прирост численности международных туристских прибытий в Республику Узбекистан превышает аналогичные мировые показатели в два раза, а также среднегодовой прирост объёма международных туристских поступлений превышают аналогичные показатели в 4,5 раз. Как ведущая отрасль экономики туризм во многих странах мира вносит весомый вклад в производство валового внутреннего продукта. Однако в Узбекистане, обладающем колоссальными туристскими ресурсами (на сегодняшний день в Узбекистане насчитывается более 7 тысяч памятников разных эпох и цивилизаций [1]), туризм еще не достиг уровня развития, адекватного своим потенциальным возможностям. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, в 2014 году в Узбекистане данная сфера обеспечила занятостью свыше 387,6 тыс. человек или 2,6% общего количества занятых в республике, на его долю приходится 1,6% общего объёма экспорта товаров и услуг, а удельный вес поступлений от туризма в ВВП страны пока не превышает 3% [2]. Для государства, имеющего столь огромные возможности, этот показатель является весьма незначительным, по сравнению с государствами, в которых туризм является ведущей отраслью

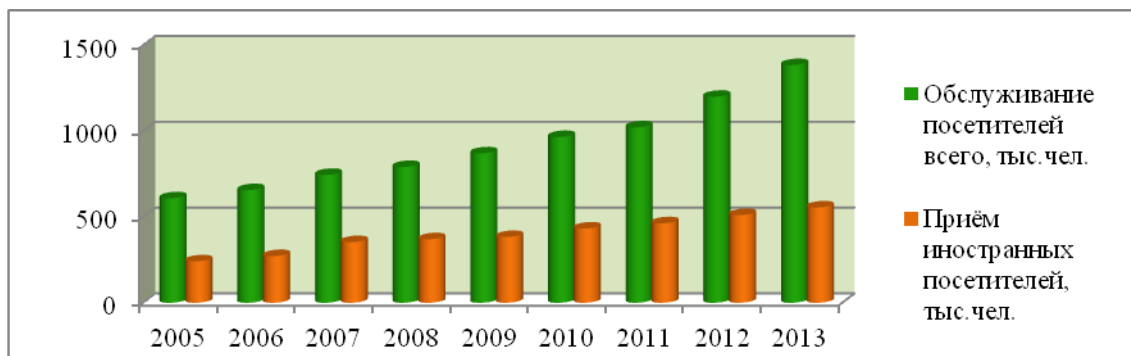
национальной экономики (например, доля туризма в ВВП страны: в Мальтах –25,5%, в Кипре –20,6%, в Греции – 16,3%, в Испании – 15,7%, в Португалии – 15,6%, в Турции 12,6% [3]). Аналогичным показателем развития туристской отрасли на уровне региона является суммарная доля объёма гостиничных и экскурсионных услуг в ВВП. Как известно важным туристским регионом Узбекистана является Самаркандский регион. По Самаркандской области в 2012 году составляло 0,47 %, которое превышало значение аналогичного показателя по республике (доля объёма туристских и гостиничных услуг в ВВП страны за соответствующий период составляет 0,25%). Это свидетельствует об опережающем росте туристской отрасли на региональном уровне.

По данным государственного комитета Республики Узбекистан по статистике, среднегодовой прирост туристских услуг за данный период составил 19,4%. Если рассматривать туристские услуги по видам: объём туристско-рекреационных услуг за данный период увеличился в 4 раза, со среднегодовым реальным приростом 23,8%; объём гостиничных услуг увеличился в 3 раза, со среднегодовым реальным приростом 16,8%. Эти показатели превышают темп роста валового внутреннего продукта страны, среднегодовой прирост которого за 2007-2013 года составил 8,5%, а так же темпы роста показателей передовых отраслей национальной экономики: темп роста отраслей сельского хозяйства, где среднегодовой прирост за аналогичный период составил 6,2%; темп роста отраслей промышленности, где среднегодовой прирост за данный период составил 8,1%. Приведённые данные обосновывают утверждение о том, что даже придерживая текущие темпы роста в ближайшие десятилетия, туризм может превратиться в передовую отрасль национальной экономики Республики Узбекистан.

Анализ развития туризма в Самаркандской области за последние шесть лет (2007-2013гг.) показывает передовое развитие данной отрасли по сравнению с другими отраслями региональной экономики. По данным статистического управления Самаркандской области, среднегодовой прирост туристских услуг за данный период составлял 27%, который выше аналогичных показателей по республике. Если рассматривать туристские услуги по видам: объём туристско-рекреационных услуг за данный период увеличился в 2,8 раз (с среднегодовым реальным приростом 27%); объём гостиничных услуг увеличился в 2,2 раза (с среднегодовым реальным приростом 25,3%). При этом значение

данных показателей превышают темпы роста валового регионального продукта (среднегодовой реальный прирост данного показателя за 2007-2012 года составлял 10,6%). Темпы роста показателей развития туристской отрасли также опережают темпы роста показателей развития передовых отраслей региональной экономики: темпы роста объёма произведённой продукции отраслей сельского хозяйства (среднегодовой

прирост данного показателя за 2007-2013 гг. составлял 9,9%) и темпы роста объёма произведённой продукции отраслей промышленности (среднегодовой прирост данного показателя за 2007-2013гг. составлял 19,6%). Приведённые выше данные доказывают утверждение, что в ближайшие десятилетия туризм может превратиться в передовую отрасль региональной экономики.



Источник: годовые отчёты НК «Узбектуризм»

Рис 1. Тенденции развития туризма в Республике Узбекистан
Fig. 1. Tendencies of development of tourism in the Republic of Uzbekistan

Показатель «валовой въездной туристский поток» включает количество иностранных однодневных (экскурсантов) и ночующих туристов въехавших с разнообразными

туристскими целями в Самаркандскую область (сумма количества размещённых иностранных посетителей в коллективных средствах размещения и экскурсантов).

Таблица 1

Тенденции развития туризма в Самаркандской области

Table 1

Tendencies of development of tourism in Samarkand region

анализируемый период	валовой туристский поток по системе «туризм» в Самаркандской области			численность туристов обслуженных туроператорами Самаркандской области			Количество иностранных туристов размещённых в коллективных средствах размещения Самаркандской области** (чел.)
	валовой въездной туристский поток** (чел.)	валовой внутренний туристский поток** (чел.)	валовой выездной туристский поток** (чел.)	принято иностранных туристов** (чел.)	принято граждан РУ** (чел.)	отправлено за рубеж** (чел.)	
2008	53 370	73 915	65 605	46 000	25 323	0	36 279
2009	52 464	122 581	75 869	47 958	80 179	293	34 646
2010	65 978	63 689	70 982	13 932	3 170	428	60 802
2011	77 370	80 836	89 636	14 676	8 692	451	71 917
2012	86 265	86 700	84 215	16 572	13 106	211	79 948
2013	73 545	119 276	85 326***	13 949	38 206	112	68 498

Источник: **Статистический Бюллетень Государственного Комитета РУз по статистике «Основные показатели развития туризма и отдыха в Республике Узбекистан» 2008-2012 гг.

Примечание: Рассчитано автором по прогнозным данным

Ситуация на мировом рынке товаров и услуг, вызванная мировой финансовой нестабильностью, отразилась на значении данного показателя, что привело к снижению валового количества потенциальных иностранных потребителей региональных туристских услуг в 2009 году на 1,7%. После стабильного роста в 2013 году также заметно снижение данного показателя на 15%. Показатель «валовой внутренний туристский поток» отражает общий объем спроса на внутреннем региональном рынке туристских услуг, а показатель «выездной туристский поток» отражает количество национальных туристов выезжающих за рубеж с туристскими целями.

Из выше приведенных данных явно заметен положительный дисбаланс в пользу въездного туризма, хотя количество потенциальных потребителей на внутреннем рынке туризма заметно увеличивается. Сравнительно высокий показатель валового внутреннего туристского потока по сравнению с количеством внутренних туристов, чьи туры были организованы туроператорами регионального рынка туризма, свидетельствует о том, что внутренние потребители региональных туристских услуг не пользуются услугами организаторов туров регионального рынка туристских услуг. Кроме этого опрос субъектов регионального рынка туризма показал, что предприятий ведущих свою деятельность на внутреннем рынке туризма почти нет. Стабильный рост спроса на данном сегменте рынка туризма выдвигает потребность к развитию и совершенствованию нужной инфраструктуры для дальнейшего развития, как внутреннего туризма, так и всей системы туризма.

На территории Самаркандской области наблюдается процесс концентрации предприятий индустрии туризма, сопряженных отраслей, исследовательских институтов, общественных организаций, поддерживающих развитие туризма

в регионе. Концентрация предприятий в сфере туризма формирует заказ на квалифицированные кадры предприятий сервиса и туризма, приводит к диверсификации туристского продукта, актуализирует проведение научных исследований в данной сфере. Меняется характер конкурентной борьбы между хозяйствующими субъектами. На смену «острой, конфликтной, оборонительной» стратегии ведения бизнеса приходит стратегия взаимовыгодного сотрудничества, получение конкурентных преимуществ за счет синергетического эффекта, общей конкурентоспособности отрасли.

Для анализа основных факторов формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области проведем SWOT-анализ, который является одним из универсальных инструментов анализа ситуации в отрасли, и его можно эффективно использовать для разработки стратегии развития туристической отрасли региона.

Проведение SWOT-анализа предусматривает построение матрицы, в соответствующие ячейки которой заносятся сильные, слабые стороны отрасли, ее возможности и угрозы. Сильные стороны предусматривают те особенности, которые представляют дополнительные возможности (благоприятные обстоятельства, которые можно использовать для развития отрасли), а слабые стороны (элементы, наступление которых может оказать негативное влияние на развитие туристического потенциала) представляют отсутствие чего-то необходимого для функционирования туризма в регионе или те элементы, которые оказывают на отрасль негативное влияние.

SWOT-анализа основных факторов формирования регионального туристского кластера Самаркандской области, представлен в таблице 2.

Таблица 2

SWOT-анализ основных факторов формирования регионального туристского кластера Самаркандской области

Table 2

SWOT-analysis of major factors of formation of a regional tourist cluster of Samarkand region

Сильные стороны обуславливающие формирование туристского кластера	Слабые стороны обуславливающие формирование туристского кластера
<ul style="list-style-type: none"> – существующая нормативно – правовая база развития малого и среднего предпринимательства; – действующий механизм поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства; – развитая структура начального, среднего и высшего профессионального образования, значительный научный и инновационный потенциал; – наличие большого количества ресурсов для развития нескольких видов туризма: исторического, 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие понимания в необходимости использования кластерного подхода в деятельности хокимията области для развития региональной экономики; – нет опыта подготовительной работы по созданию кластеров в сфере туризма ; – отсутствие сформированных кластеров в экономике Самаркандской области; – отсутствие базовых нормативных правовых

Сильные стороны обуславливающие формирование туристского кластера	Слабые стороны обуславливающие формирование туристского кластера
<p>познавательного, научного, этнографического, экологического, спортивного, приключенческого;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие развитого гостиничного комплекса; – стратегическое географическое положение Самаркандской области, центральное место на участке Великого шелкового пути; – транспортная система области (международный аэропорт); – наличие развитой инфраструктуры питания; – разнообразный природно-ресурсный потенциал; – наличие богатого историко-культурного наследия; – благоприятная экологическая ситуация; – заинтересованность населения области в развитии въездного и внутреннего туризма; – стабильная социально-экономическая обстановка; – событийные мероприятия, связанные с культурой и историей области; – опыт проведения выставок, ярмарок, фестивалей, семинаров как элемент развития делового туризма; – опыт проведения соревнований по различным видам спорта; – наличие памятников археологии: городище Афросиаб пещера Гунджак, пещера Аман кутан, пещера Хазрати Довуд пещера Еттикиз, пещера Ходжа Гургур ота; – наличие памятников истории: Ансамбль Регистан, Мечеть Биби Ханым, Мавзолей Гур Эмир, мемориальный комплекс Шахи Зинда, Мемориальный комплекс Святого Даниила, Обсерватория Улугбека ; – наличие памятников архитектуры, градостроительства и музеев; – наличие природных памятников, среди которых можно выделить «Заравшанский заповедник» «Аманкутан», «Долина Демонов», «Миранкуль», «Агалык», «Ургут», огромный валун «Камень сердце» – наличие бальнеологических ресурсов (12 санаторно курортных комплексов) – наличие 12 достопримечательных объектов природы, среди которых 2 объекта – особо охраняемые природные территории, 6 объектов – особо охраняемые памятники природы, 7 объектов – не охраняемые государством и одна курортная зона; – возможность развития системы частных гостиниц; – возможность использования меньших капитальных и организационных затрат (по сравнению другими видами туризма) 	<p>актов по определению основных направлений и механизмов кластерной политики области;</p> <ul style="list-style-type: none"> – часть выпускаемой в регионе туристских продуктов и услуг проходит стадии жизненного цикла - зрелость и/или спад и имеет невысокую конкурентоспособность на мировом уровне; – индивидуальная и зачастую краткосрочная стратегия развития туристских предприятий региона; – неразвитая система государственной поддержки туристской деятельности в Самаркандской области; – недостаток у хозяйствующих субъектов (туристских предприятий, малого и среднего бизнеса, вузов и научно-исследовательских институтов (далее – НИИ) информации о преимуществах и мерах государственной поддержки развития бизнеса в рамках кластеров; отсутствие мер, ориентированных на повышение заинтересованности хозяйствующих субъектов в согласовании форм и долей участия в организациях по формированию кластеров и управлению ими; – отсутствие у хозяйствующих субъектов опыта и собственных средств для разработки документации, необходимой для получения государственной поддержки их инвестиционных проектов и программ развития на уровне Узбекистана и Самаркандской области; – нестабильные связи между туристскими предприятиями, вузами и НИИ в процессе создания новых конкурентоспособных видов продуктов и услуг, проведения научных исследований и внедрения разработок в производство; – нехватка подготовленных инвестиционных площадок для развития существующих и создания новых предприятий; – отсутствие системной информационной и методической поддержки хозяйствующих субъектов – потенциальных участников кластеров, недостаточный уровень компетенции их специалистов в вопросах кластерной политики. – высокая цена туристического продукта на национальном и международном рынках; – несоответствие туристических услуг международным стандартам; – сезонность туристических услуг, связанная с климатическими условиями; – низкая конкурентоспособность гостиничного фонда; – нехватка номерного фонда во время туристического сезона; – недостаточный брендинг области;

Сильные стороны обуславливающие формирование туристского кластера	Слабые стороны обуславливающие формирование туристского кластера
<ul style="list-style-type: none"> – наличие природных ресурсов для развития пешеходного, лыжного, водного, велосипедного и горного туризма; – наличие биоресурсов для развития охотничье-рыболовного туризма; – наличие инфраструктуры 	<ul style="list-style-type: none"> – малое количество современных автотранспортных средств для обслуживания туристических потоков; – отсутствие региональной авиакомпании, способной организовывать чартерные рейсы;
	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие придорожного сервиса;
	<ul style="list-style-type: none"> – необходимость реконструкции объектов туризма; – отсутствие информационной базы, содержащей субъекты туристической деятельности; – малое количество мероприятий, связанных с историей и культурой области;
	<ul style="list-style-type: none"> – недостаток стимулирующих факторов для развития въездного и внутреннего туризма; – недостаток квалифицированных специалистов в туристической индустрии;
	<ul style="list-style-type: none"> – неблагоприятные демографические процессы;
	<ul style="list-style-type: none"> – неизвестность области, недостаток маркетинговых мероприятий; – недостаток рекламных материалов о туристическом продукте Самаркандской области; – малое количество музеев и выставок; – малое количество мероприятий, связанных с историей и культурой области;
	<ul style="list-style-type: none"> – малая доступность объектов археологического туризма для туристов; – неудовлетворительное состояние объектов археологии; – низкая безопасность путешествий к природным памятникам; – недостаток выставочных залов, демонстрирующих товары народных художественных промыслов; – недостаточное продвижение народных художественных ремесел;
	<ul style="list-style-type: none"> – нехватка инвестиционных ресурсов; – увеличение стоимости туристического продукта при обновлении оборудования и снижение его конкурентоспособности
	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие механизма регулирования антропогенных нагрузок; – отсутствие оборудования на экологических тропах, стоянках; – отсутствие смотровых площадок
	<ul style="list-style-type: none"> – изношенность материально-технической базы; – отсутствие рекламных материалов для продвижения туристических продуктов на международном рынке
Возможности развития кластера	Угрозы развития кластера
<ul style="list-style-type: none"> – возможность получения финансовой поддержки от институтов развития а также субсидий из государственного бюджета на государственную 	<ul style="list-style-type: none"> – нет политической и методической поддержки создания и развития кластеров на государственном и региональном уровне;

Сильные стороны обуславливающие формирование туристского кластера	Слабые стороны обуславливающие формирование туристского кластера
<p>поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, разработку и реализацию проектов государственно-частного партнерства (далее – ГЧП) и др.;</p> <ul style="list-style-type: none"> – интерес узбекских и иностранных инвесторов к реализации инвестиционных проектов по открытию новых туристских бизнес-структур в Самаркандском регионе; – доступ к информационным ресурсам, объединяющим наиболее успешный мировой опыт формирования и развития кластеров в сфере услуг (туризма) в мире . – наличие международных связей; – возможность для развития разнообразных видов туризма; – возможность сочетать несколько видов туризма; – возможность привлечения туристов из Китая, Японии, Кореи; – возможность развития туристической инфраструктуры за счет привлечения инвестиций – рост экономического потенциала за счет развития рынка услуг; – повышение привлекательности области на основе стабильной тенденции реализации маркетинговой политики территории; – возможность при модернизации производственной базы вписаться в общую стратегию развития Узбекистана. 	<ul style="list-style-type: none"> – сложное финансово-экономическое состояние предприятий и организаций – хозяйствующих субъектов, субъектов малого и среднего предпринимательства - потенциальных участников создаваемых кластеров в связи с мировым экономическим кризисом; – недоступность для хозяйствующих субъектов кредитных ресурсов для финансирования операционной деятельности и для реализации инвестиционных проектов и программ развития; – ограниченный набор механизмов государственной поддержки создания и развития кластеров в Узбекистане, ограниченность объема средств из государственного бюджета; – вступление Узбекистана во Всемирную торговую организацию (далее – ВТО) и высокая конкуренция мировых производителей на глобальном рынке <hr/> <ul style="list-style-type: none"> – несовершенство нормативно-правовой базы; – низкий спрос населения на услуги въездного и внутреннего туризма Самаркандской области; – жесткая конкуренция со стороны других регионов Узбекистана; – конкуренция туристических фирм области с внешними туристическими предприятиями; – высокая стоимость туристических путевок в связи с высокими транспортными издержками; – отсутствие программы поддержки фирм, занимающихся въездным туризмом.

Анализ развития туристской сферы позволяет сделать обобщающий вывод, что при целенаправленной и ресурснообеспеченной региональной политике можно нейтрализовать большинство слабых сторон туристического потенциала территории.

Существующие преимущества развития туристской отрасли Самаркандской области являются благоприятной основой для создания и развития кластеров в регионе. Первоочередными шагами Хокимията области являются:

- проведение глубокого анализа конкурентоспособности туристских предприятий, включая изучение текущего положения и потенциала существующих хозяйствующих субъектов, их продукции и услуг, учебных заведений и научных организаций, а также инвестиционного и кадрового потенциала области для создания перспективных (пилотных) кластеров, возможных механизмов и форм получения финансовой поддержки на

государственном уровне, реализации проектов ГЧП и т.д.;

- пропаганда и организация активного общественного обсуждения преимуществ кластерного подхода как эффективного инструмента активной политики развития туризма на региональном уровне;

- создание и подготовка перспективных инвестиционных площадок, включая обеспечение их инженерной и транспортной инфраструктурой для привлечения прямых инвестиций в туризм.

Проведение подготовительной работы позволит Хокимияту области перейти к системным действиям по использованию существующих возможностей для создания и развития кластеров. Ключевыми направлениями на данном этапе являются:

- определение и формирование наиболее перспективных (или пилотных) потенциальных туристских кластеров на основании сбалансированного подхода между развитием

традиционных видов туризма и поиском новых возможностей;

– стимулирование взаимовыгодного взаимодействия экономических субъектов, учебных заведений и НИИ в рамках создания перспективных (пилотных) кластеров, создание координационных и совещательных органов, содействующих развитию перспективных кластеров (координационных советов), согласование и определение приоритетов развития их потенциальных участников с возможностью разработки стратегии развития кластеров;

– разработка политики развития туризма Хокимията Самаркандской области и организация мер по ее реализации;

– разработка региональных инвестиционных проектов с участием потенциальных участников кластеров для получения финансовой поддержки от государства в рамках целевых программ

– выбор и активное «точечное» привлечение инвесторов для локализации туристских предприятий на территории Самаркандской области с целью «доукомплектования» создаваемых перспективных кластеров.

В связи с вышесказанным назрела необходимость подготовки методологических основ создания кластеров на территории Самаркандского региона.

Список литературы

1. Выступление Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на открытии 99-й сессии Исполнительного совета Всемирной туристской организации ООН [Электронный ресурс] URL: <http://press-service.uz/ru/news/5013/> (дата обращения: 20.12.2015).

2. Travel & Tourism Economic Impact 2015 Uzbekistan [Электронный ресурс]: URL: <http://www.wttc.org/focus/research-for-action/economic-impact-analysis/country-reports/> (дата обращения: 23.12.2015).

3. Travel & Tourism Economic Impact 2015 World [Электронный ресурс]: URL: <http://www.wttc.org/focus/research-for-action/economic-impact-analysis/country-reports/> (дата обращения: 23.12.2015).

References

1. Speech of the President of the Republic of Uzbekistan Islam Karimov at the opening of the 99th session of Executive council of the World tourism organization of the UN [Electronic resource]: URL: <http://press-service.uz/ru/news/5013/> (date of access: December, 20 2015).

2. Travel & Tourism Economic Impact 2015 Uzbekistan [Electronic resource]: URL: <http://www.wttc.org/focus/research-for-action/economic-impact-analysis/country-reports/> (date of access: December, 23 2015).

3. Travel & Tourism Economic Impact 2015 World [Electronic resource]: URL: <http://www.wttc.org/focus/research-for-action/economic-impact-analysis/country-reports/> (date of access: December, 23 2015).