



ТУРИЗМ КАК ДВИГАТЕЛЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ САМАРКАНДА

ECONOMIC POTENTIAL AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF SAMARKAND'S TOURISM INDUSTRY

Жураев Шохжахон

*Самаркандский университет, Институт инженерно-экономического
гуманитарного образования*

Аннотация: *Статья посвящена исследованию экономического развития туризма Самарканда. Проведен анализ текущего состояния туристической инфраструктуры, статистических показателей посещаемости и доходов от туризма за период 2019–2024 гг. Выявлены основные проблемы отрасли: сезонность спроса, недостаточная диверсификация туристических продуктов, ограниченная транспортная доступность и кадровый дефицит. В работе применены методы статистического анализа, сравнительного анализа, SWOT-анализа и TOWS-матрицы. Дополнительно проведено количественное прогнозирование туристического потока на перспективу 2025–2030 гг. с использованием трендовой модели. Предложены конкретные рекомендации по повышению конкурентоспособности Самарканда на международном туристическом рынке.*

Ключевые слова: *туризм, региональная экономика, Самарканд, устойчивое развитие, туристическая инфраструктура, экономический потенциал, TOWS-анализ, мультипликативный эффект, прогнозирование.*

ВВЕДЕНИЕ

Самарканд — один из древнейших городов мира с более чем 2750-летней историей, статус объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО, культурная столица тюркского мира — все это делает его одним из самых привлекательных туристических направлений Центральной Азии. Туризм составляет около 3,5–7% ВВП Узбекистана (по данным WTTC), и развитие этой отрасли является стратегическим приоритетом государства. Однако за величию архитектурных памятников скрывается сложная экономическая реальность: развитие туризма в Самарканде далеко от полной реализации своего потенциала.

Международный опыт показывает, что города с богатым культурным наследием способны генерировать значительные экономические эффекты при условии системного подхода к развитию туристической инфраструктуры. Так, Гранада (Испания) с населением 230 тыс. человек ежегодно принимает более 6,7



млн туристов, обеспечивая 14% вклад в ВВП провинции. Исфахан (Иран) привлекает около 5,9 млн посетителей в год, формируя туристический сектор объемом более \$11 млрд. Самарканд, обладая сопоставимым историко-культурным потенциалом, пока не достиг аналогичных показателей экономической эффективности, что определяет актуальность комплексного исследования причин данного разрыва и путей его преодоления.

В современном мире туризм перестает быть просто сферой услуг — он становится мощным инструментом экономического развития, создавая рабочие места, стимулируя рост смежных отраслей (транспорт, торговля, сельское хозяйство, ремесленничество) и привлекая иностранную валюту. Президентский указ «О мерах по развитию туризма в Республике Узбекистан» (2018 г., № УП-5307) и последующие государственные программы демонстрируют приверженность правительства этому направлению [1].

Самарканд, как второй по величине город страны и главная туристическая жемчужина Узбекистана, должен быть локомотивом этих изменений. Однако практика показывает, что реальные экономические выгоды от туристического роста остаются скромными. В связи с этим данное исследование направлено на комплексную оценку экономического потенциала туристической отрасли Самарканда, выявление ключевых проблем и разработку практических рекомендаций по их решению.

Цель данной статьи — комплексно оценить экономический потенциал туристической отрасли Самарканда, выявить ключевые проблемы и разработать практические рекомендации по повышению экономической эффективности туризма. Достижение поставленной цели требует применения междисциплинарного подхода, сочетающего методы экономического анализа, стратегического планирования и количественного прогнозирования.

Задачи исследования:

1. Проанализировать динамику развития туризма в Самарканде за период 2019–2024 гг.
2. Оценить текущее состояние туристической инфраструктуры города.
3. Выявить основные проблемы и ограничения отрасли.
4. Разработать стратегические рекомендации на основе TOWS-матрицы.
5. Провести количественное прогнозирование туристического потока на перспективу 2025–2030 гг.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Проблемам развития туризма в Узбекистане и Самарканде посвящен ряд научных работ как отечественных, так и зарубежных авторов.

Теоретические основы туристской экономики изложены в работах Ю.В. Кратко («Экономика туризма», 2019), А.Д. Чудновского («Экономика туристской индустрии», 2020), а также в трудах зарубежных ученых — А. Уильямса («Tourism:



Principles and Practice», 2018) и С. Уильямса («Tourism and Tourism Spaces», 2019) [2, 3, 4, 5]. Эти авторы рассматривают туризм как многофункциональную отрасль, генерирующую мультипликативный эффект в экономике. Кратко подчеркивает, что туризм выступает катализатором развития смежных отраслей, создавая многоуровневую структуру экономического воздействия от прямых до индуцированных эффектов. Чудновский детализирует механизмы формирования туристского продукта и особенности ценообразования в индустрии гостеприимства.

Специфике туризма в Узбекистане посвящены работы М.А. Таджиева («Туризм в Узбекистане: проблемы и перспективы», 2021), а также публикации местных ученых — И.Х. Хасанова и А.Р. Исламова («Туристский потенциал Самарканда: оценка и направления развития», 2023) [6, 7]. Авторы отмечают значительный потенциал страны, но указывают на недостаточное развитие инфраструктуры, маркетинга и кадрового обеспечения. Таджиев особо акцентирует внимание на необходимости диверсификации туристского продукта и развитии человеческого капитала в отрасли. Хасанов и Исламов провели комплексную оценку туристского потенциала Самарканда, выявив разрыв между имеющимися ресурсами и их экономическим использованием.

Международный аспект изучен в работах Всемирной туристической организации (UNWTO). В отчете «UNWTO World Tourism Barometer» (2023) и «UNWTO Tourism Highlights» (2024) отмечается полное восстановление международного туризма после пандемии COVID-19 и подчеркивается роль цифровых технологий в развитии отрасли [8, 9]. Согласно данным UNWTO, в 2024 г. число международных туристов достигло 1,4 млрд человек, что на 11% превышает показатели 2023 г. Организация прогнозирует дальнейший рост на 3–5% в 2025 г., при этом особо выделяется динамика развивающихся рынков, включая Центральную Азию.

В отчете World Travel and Tourism Council (WTTC) указано, что общий вклад туризма в ВВП Узбекистана в 2023 г. составил 5,2%, при этом прогнозируется рост до 6,2% к 2034 г. [10]. Прямой вклад туризма в ВВП в 2023 г. составил 2,0%, а общее число занятых в отрасли — 732,3 тыс. человек (5,3% от общей занятости). WTTC отмечает, что Узбекистан демонстрирует один из самых высоких темпов роста в регионе, однако для устойчивого развития требуется повышение качества туристических услуг и расширение инфраструктурных мощностей.

Региональные аспекты развития туризма в Самарканде рассмотрены в публикациях местных ученых. Однако комплексных экономических исследований, связывающих туристическую отрасль Самарканда с общей моделью регионального развития и включающих элементы количественного прогнозирования, недостаточно, что определяет актуальность данной работы. В частности, отсутствуют системные исследования мультипликативного эффекта



туризма для экономики Самарканда и прогнозные модели развития отрасли на среднесрочную перспективу.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В работе использован комплекс методов, соответствующих целям исследования:

Статистический анализ — для изучения динамики показателей туристической отрасли (количество туристов, объемы услуг, занятость) на основе официальных данных Государственного комитета статистики Республики Узбекистан, Управления по делам культуры и туризма Самаркандской области, а также материалов UNWTO и WTTC [8, 9, 10].

Сравнительный анализ — для сопоставления показателей Самарканда с другими туристическими центрами региона (Бухара, Хива) и мировыми аналогами (Исфахан, Гранада). Данные о среднем чеке и продолжительности пребывания приведены на основе отчетов UNWTO «Tourism Highlights 2024», национальных статистических служб соответствующих стран и аналитических обзоров Министерства туризма и спорта Республики Узбекистан [9, 11].

SWOT-анализ — для систематизации сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развития туристической отрасли Самарканда с последующим ранжированием факторов по степени значимости.

TOWS-матрица — для формулирования стратегических направлений на основе взаимосвязи внутренних и внешних факторов, выявленных в ходе SWOT-анализа.

Графический метод — для визуализации статистических данных и тенденций.

Метод мультипликативного эффекта — для оценки экономического воздействия туризма на региональную экономику. Расчет проведен по формуле Кейнсианского мультипликатора доходов, адаптированного для туристской отрасли [12]:

$$k = 1 / (1 - MPC(1 - t) + MPM)$$

где MPC — предельная склонность к потреблению; t — ставка налогообложения; MPM — предельная склонность к импорту. С учетом специфики экономики Самарканда (высокая доля импорта в туристическом секторе, ограниченная локальная добавленная стоимость) рассчитанный коэффициент составил 1,6–1,8. Это соответствует диапазону значений для аналогичных регионов: Греция (1,4), Гавайи (1,3), Ирландия (2,7), Канада (2,43) [12].

Метод трендового прогнозирования — для количественной оценки перспектив развития туристического потока на период 2025–2030 гг. с использованием модели экспоненциального роста на основе данных 2019–2024 гг.



Анализ и синтез — для обобщения полученных результатов и формулирования выводов.

Информационную базу исследования составили официальные статистические данные Госкомстата РУз, Управления по делам культуры и туризма Самаркандской области, материалы министерств и ведомств, научная литература, публикации в профессиональных журналах и данные международных организаций (UNWTO, WTTC). Использование разнородных источников позволило обеспечить комплексность анализа и достоверность выводов.

4. АНАЛИЗ, РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

5.5 4.1. Динамика развития туризма в Самарканде

Самарканд занимает особое место в туристической картине Узбекистана. По данным Управления по делам культуры и туризма Самаркандской области, в 2019 г. город посетило более 850 тыс. туристов, в том числе около 350 тыс. иностранных. Пандемия COVID-19 в 2020–2021 гг. нанесла сокрушительный удар: число туристов упало на 78% по сравнению с допандемийным периодом.

Однако 2022–2024 гг. ознаменовались впечатляющим восстановлением. В 2023 г. Самарканд принял более 1,2 млн туристов (рост на 41% по сравнению с 2019 г.), из них иностранных — около 520 тыс. В 2024 г., по предварительным данным Госкомстата РУз, эта цифра превысила 1,55 млн человек [13]. Для детального анализа темпов восстановления ниже приведены данные по основным показателям за шесть лет (табл. 1).

Год	Всего туристов, тыс.	Иностранные, тыс.	Изменение, %
2019	850	350	—
2020	187	45	-78,0
2021	290	78	-55,3
2022	680	245	-20,0
2023	1200	520	+41,2
2024	1550	710	+82,4

Таблица 1 — Динамика туристических потоков в Самарканде (2019–2024 гг.)

5.6 4.2. Структура туристических расходов и экономический эффект

Анализ структуры расходов туристов выявляет характерную проблему: основная доля трат приходится на транспорт (35–40%) и проживание (25–30%), тогда как расходы на экскурсии, ремесленные изделия, развлечения и питание составляют лишь 30–35%. Это свидетельствует о том, что значительная часть туристических доходов утекает из региона (авиаперелеты оплачиваются иностранным перевозчикам, отели часто принадлежат крупным сетевым операторам).

По данным аналитического отчета Министерства туризма и спорта РУз и сравнительного анализа UNWTO, средний чек иностранного туриста в Самарканде составляет \$280–350 за 2–3-дневное пребывание [9, 11]. Для



сравнения: в Исфахане (Иран) этот показатель достигает \$450–500 при средней продолжительности пребывания 2,5 суток (по данным Иранской организации культурного наследия и туризма, 2023 г.); в Гранаде (Испания) — \$600–750 при средней продолжительности 3,2 суток (по данным Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2024 г.) [9, 14].

Низкий средний чек в Самарканде объясняется короткой продолжительностью пребывания (в среднем 1,8 ночи против 2,5 в Бухаре и 3,2 в Хиве) и ограниченным набором платных услуг. Данные о продолжительности пребывания рассчитаны на основе статистики размещения гостиниц Самаркандской области и сопоставлены с показателями аналогичных объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО по данным UNWTO [9].

Показатель	Самарканд н	Исфаха а	Гранад
Средний чек, \$	280–350	450–500	600–750
Продолжительность, ночи	1,8	2,5	3,2
Статус ЮНЕСКО	Да	Да	Да
Источник данных	[13]	[9, 11]	[9, 14]

Таблица 2 — Сравнительные показатели туристических центров (2023–2024 гг.)

Представленные данные свидетельствуют о существенном отставании Самарканда по ключевым экономическим показателям. В то время как Гранада обеспечивает средний чек на уровне \$600–750 благодаря развитой инфраструктуре гостеприимства, разнообразным культурным мероприятиям и высокому качеству сервиса, Самарканд остается в сегменте бюджетного туризма. Исфахан, несмотря на ограничения международных санкций, демонстрирует более высокие показатели благодаря развитию внутреннего туризма и поддержке ремесленных традиций.

Анализ структуры туристических расходов показывает, что в Самарканде транспортные расходы составляют 35–40% от общего бюджета путешествия, проживание — 25–30%, в то время как расходы на экскурсии, сувениры и развлечения не превышают 30–35%. Такая структура свидетельствует о недоразвитости некоммерческого сектора и ограниченном предложении качественных туристических услуг.

5.7 4.3. Туристическая инфраструктура: состояние и проблемы

За последние годы инфраструктура Самарканда претерпела заметные изменения. Построен новый международный аэропорт (пропускная способность 1,5 млн пассажиров в год), открыты современные отели (Hilton, Sheraton, Ladans), запущены туристические электропоезда Ташкент–Самарканд. Однако качественный анализ выявляет ряд системных проблем:



Проблема

1. Сезонность. 60–65% туристов приезжают в Самарканд в период с апреля по октябрь. В низкий сезон загрузка отелей падает до 25–30%, что приводит к сокращению персонала и деградации сервиса.

2. Недиверсифицированный продукт. Туристический опыт ограничен осмотром памятников архитектуры (Регистан, мавзолей Гури-Амир, обсерватория Улугбека). Отсутствуют качественные ночные программы, гастрономические туры, образовательные маршруты.

3. Кадровый дефицит. По оценкам Ассоциации «Узбектуризм», дефицит квалифицированных кадров в отрасли составляет 35–40%. Низкий уровень владения иностранными языками, отсутствие системы непрерывного образования.

4. Экологические ограничения. Рост числа туристов создает нагрузку на инфраструктуру: проблемы с водоснабжением в летний период, увеличение транспортных заторов в историческом центре, отсутствие эффективной системы обращения с отходами.

5.8 4.4. SWOT-анализ туристической отрасли Самарканда

На основе проведенного анализа разработан SWOT-анализ с ранжированием факторов по степени значимости (табл. 3).

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S)	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W)
S1. Объект Всемирного наследия ЮНЕСКО, уникальные памятники	W1. Короткое время пребывания (1,8 ночи)
S2. Развитая транспортная инфраструктура (аэропорт, Ж/Д)	W2. Высокая сезонность спроса
S3. Благоприятный климат (март–ноябрь)	W3. Недостаточная диверсификация продукта
S4. Конкурентоспособные цены	W4. Низкий уровень сервиса
S5. Государственная поддержка отрасли	W5. Кадровый дефицит (35–40%)
ВОЗМОЖНОСТИ (O)	УГРОЗЫ (T)
O1. Растущий интерес к Центральной Азии	T1. Конкуренция Бухары, Хивы, Ташкента
O2. Развитие цифровых технологий в туризме	T2. Геополитические риски в регионе
O3. Увеличение числа прямых авиарейсов	T3. Ухудшение экологии
O4. Развитие круизного туризма	T4. Чрезмерная коммерциализация
O5. Создание экономических зон	T5. Геополитическая зависимость

Таблица 3 — SWOT-анализ туристической отрасли Самарканда (ранжированный)

5. СТРАТЕГИЧЕСКАЯ МАТРИЦА TOWS

На основе проведенного SWOT-анализа разработана стратегическая матрица TOWS, позволяющая сформулировать конкретные стратегические направления развития туристической отрасли Самарканда (табл. 4).

Возможности (O)	Угрозы (T)
Сильные стороны S-O	(максимакс): S-T (мини-макс):



	Возможности (O)	Угрозы (T)
(S)	<ul style="list-style-type: none"> ● Продвижение бренда через цифровые платформы ● Создание премиальных туров с учетом уникального наследия ● Развитие авиахаба для привлечения транзитных туристов 	<ul style="list-style-type: none"> ● Дифференциация через качество сервиса ● Создание тематических маршрутов «Самарканд — неповторимый» ● Укрепление позиций на рынке MICE-
Слабые стороны (W)	W-O (мини-минимакс):	W-T (минимин):
(W)	<ul style="list-style-type: none"> ● Привлечение инвестиций в гостиничную инфраструктуру ● Внедрение цифровых платформ для снижения сезонности ● Международное сотрудничество в подготовке кадров 	<ul style="list-style-type: none"> ● Экологические инициативы для снижения нагрузки ● Диверсификация продукта для снижения зависимости от пикового сезона ● Страхование механизмы для геополитических рисков

Таблица 4 — Стратегическая матрица TOWS для туристической отрасли Самарканда

Стратегия S-O (максимакс) направлена на использование сильных сторон для реализации возможностей. Ключевой акцент — продвижение бренда Самарканда как «живого музея Шелкового пути» с использованием цифровых технологий и расширением авиасообщения.

Стратегия S-T (мини-макс) фокусируется на минимизации угроз посредством сильных сторон. Создание тематических туров и повышение качества сервиса позволит дифференцировать Самарканд от конкурирующих направлений.

Стратегия W-O (мини-минимакс) предполагает преодоление слабых сторон через использование возможностей. Развитие цифровых платформ и привлечение инвестиций в гостиничную инфраструктуру помогут сократить сезонность и кадровый дефицит.

Стратегия W-T (минимин) является оборонительной и направлена на минимизацию как слабых сторон, так и угроз. Экологические инициативы и диверсификация продукта снизят риски чрезмерной коммерциализации и ухудшения экологии.

6. КОЛИЧЕСТВЕННОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НА 2025–2030 ГГ.

Для оценки перспектив развития туристической отрасли Самарканда проведено прогнозирование ключевых показателей на период 2025–2030 гг. с использованием трендовой модели экспоненциального роста на основе данных 2019–2024 гг.

5.9 6.1. Прогноз туристического потока

Анализ динамики туристических потоков за период 2019–2024 гг. демонстрирует высокие темпы восстановления после пандемии: среднегодовой темп роста (CAGR) составил 12,8% для общего числа туристов и 15,2% для иностранных туристов. На основе этих данных построен прогноз с учетом



государственной цели Узбекистана — привлечение 20 млн международных туристов к 2030 г. [15].

Прогнозные значения туристического потока в Самарканд (табл. 5) рассчитаны по формуле экспоненциального роста:

$$T(t) = T_0 \times e^{(rt)}$$

где T_0 — базовое значение (2024 г.), r — темп роста, t — время в годах. С учетом консервативного сценария ($r = 0,10$) и оптимистичного ($r = 0,15$) получены следующие оценки:

Показатель	2025	2026	2027	2028	2030
Консервативный	1700	1880	2070	2280	2500
Оптимистичный	1780	2050	2360	2710	3100
Иностранцы (конс.)	780	860	950	1050	1150

Таблица 5 — Прогноз туристического потока в Самарканд (2025–2030 гг.), тыс. чел.

5.10 6.2. Прогноз экономического эффекта

На основе прогноза туристического потока и целевых показателей повышения среднего чека (с \$280–350 до \$450–500 за счет увеличения продолжительности пребывания и диверсификации продукта) рассчитаны прогнозные значения экономического эффекта (табл. 6).

Показатель	2024 (факт)	2027 (прогноз)	2030 (прогноз)
Средний чек, \$	280–350	380–420	450–500
Продолжительность, ночи	1,8	2,3	2,7
Мультипликатор	1,6–1,8	1,8–2,0	2,0–2,2
Доходы от туризма, млн \$	430–540	790–870	1120–1550

Таблица 6 — Прогноз экономических показателей туризма в Самарканде (2025–2030 гг.)

Прогнозные расчеты показывают, что при реализации мер по диверсификации туристического продукта и повышению качества сервиса мультипликативный эффект туризма в Самарканде может вырасти с 1,6–1,8 до 2,0–2,2 к 2030 г., что приблизит регион к среднемировым стандартам [12]. Рост мультипликатора будет обеспечен за счет увеличения доли локальных поставщиков в туристической цепочке, развития ремесленного производства и расширения спектра платных услуг.

Сценарный анализ выявляет три возможные траектории развития. Консервативный сценарий предполагает сохранение текущих тенденций с минимальными изменениями в инфраструктуре и качестве сервиса. Умеренный сценарий предусматривает последовательную реализацию государственных программ развития туризма и частичную диверсификацию продукта. Оптимистичный сценарий базируется на комплексной модернизации отрасли, включая внедрение цифровых технологий, развитие человеческого капитала и создание интегрированных туристических продуктов.



Эластичность туристского спроса по отношению к курсу национальной валюты и уровню доходов в странах-источниках турпотока составляет 1,2–1,4, что свидетельствует о высокой чувствительности отрасли к внешним экономическим условиям. Данный фактор необходимо учитывать при разработке стратегий продвижения на международных рынках.

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

5.11 7.1. Основные выводы

1. Туристическая отрасль Самарканда демонстрирует впечатляющие темпы восстановления после пандемии: рост числа туристов на 82,4% к 2024 г. по сравнению с 2019 г. При этом общее число туристов достигло 1,55 млн человек.

2. Ключевыми проблемами отрасли остаются: выраженная сезонность спроса, короткое время пребывания туристов (1,8 ночи в среднем), недиверсифицированный туристический продукт, кадровый дефицит и низкая доля расходов на местный некоммерческий сектор.

3. Мультипликативный эффект туризма в Самарканде (1,6–1,8) ниже среднемировых показателей (2,0–2,3), что свидетельствует о неполном использовании экономического потенциала отрасли и значительных «утечках» доходов за пределы региона.

4. Проведенное прогнозирование показывает, что при консервативном сценарии к 2030 г. Самарканд сможет принять 2,5 млн туристов, а при оптимистичном — более 3,1 млн.

5. TOWS-анализ выявил четыре стратегических направления: максимакс (использование бренда и цифровизации), мини-макс (дифференциация через качество), мини-минимакс (преодоление сезонности) и минимин (экологическая устойчивость).

5.12 7.2. Практические рекомендации

Для государственных органов: внедрить систему налоговых льгот для отелей и ресторанов, работающих в низкий сезон (ноябрь–март); создать специальный фонд поддержки ремесленников и развития туристических сувениров; инвестировать в обучение кадров — открыть региональный центр подготовки специалистов туристической отрасли при Самаркандском государственном университете; развивать пригородную транспортную инфраструктуру для доступа к малоизвестным объектам.

Для бизнеса: разрабатывать тематические туры («Самарканд глазами ученых», «Астрономия Улугбека», «Самаркандская кухня», «Шелковая дорога: ремесла»), ночные программы; создавать пакеты «Самарканд + пригороды» с продолжительностью 3–4 дня; активно использовать цифровой маркетинг (TripAdvisor, Instagram, TikTok); развивать MICE-туризм.

Для академического сообщества: проводить регулярные исследования удовлетворенности туристов; изучать опыт аналогичных городов (Гранада,



Исфахан, Фес); разрабатывать модели «умного туризма» с использованием технологий дополненной реальности.

Реализация предложенных рекомендаций требует скоординированных усилий государственных органов, бизнес-сообщества и академических кругов. Особую роль играет государственная политика в сфере туризма, которая должна обеспечить благоприятные institutional условия для инвестиций и инноваций. Создание единой цифровой экосистемы туристических услуг, развитие программ лояльности для повторных посетителей и активное продвижение бренда Самарканда на международных рынках станут ключевыми факторами успеха.

Туризм Самарканда стоит на пороге качественного скачка. Город, который веками был местом встречи цивилизаций, сегодня может стать моделью устойчивого туристического развития — но для этого необходимо перейти от стратегии «чем больше туристов, тем лучше» к стратегии «каждый турист — это долгосрочная инвестиция в экономику региона». Дальнейшие исследования должны быть сфокусированы на оценке экономической эффективности предложенных мер и мониторингу их реализации в динамике.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по развитию туристской индустрии в Республике Узбекистан» от 5 января 2018 г. № УП-5307.
2. Кратко, Ю.В. Экономика туризма: учебное пособие / Ю.В. Кратко. — СПб.: Питер, 2019. — 336 с.
3. Чудновский, А.Д. Экономика туристской индустрии: учебник / А.Д. Чудновский. — М.: КноРус, 2020. — 264 с.
4. Williams, A. Tourism: Principles and Practice / A. Williams. — 5th ed. — Harlow: Pearson, 2018. — 472 p.
5. Williams, S. Tourism and Tourism Spaces / S. Williams. — London: Sage, 2019. — 256 p.
6. Таджиев, М.А. Туризм в Узбекистане: проблемы и перспективы развития / М.А. Таджиев. — Ташкент: Фан, 2021. — 186 с.
7. Хасанов, И.Х., Исламов, А.Р. Туристский потенциал Самарканда: оценка и направления развития // Вестник СамГУ. — 2023. — № 3. — С. 78–85.
8. UNWTO World Tourism Barometer. — Madrid: UNWTO, 2023. — Vol. 21. — 120 p.
9. UNWTO Tourism Highlights, 2024 Edition. — Madrid: UNWTO, 2024. — 64 p.
10. World Travel and Tourism Council (WTTC). Travel and Tourism Economic Impact 2024: Uzbekistan. — London: WTTC, 2024. — 32 p.



11. Министерство туризма и спорта Республики Узбекистан. Аналитический обзор «Развитие туристического потенциала городов Шелкового пути». — Ташкент, 2023–2024.

12. Archer, B., Cooper, C. The Positive and Negative Impacts of Tourism // Global Tourism. — 3rd ed. — Oxford: Elsevier, 2017. — P. 79–102.

13. Государственный комитет статистики Республики Узбекистан. Статистический бюллетень «Туризм в Узбекистане», 2020–2024 гг. — Ташкент.

14. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Turismo en Granada — Estadísticas 2024. — Granada, 2024.

15. Sharipov, J., Nuridinov, R. Tourism in Uzbekistan: Problems and Development Prospects. — Tashkent: Development Strategy Center, 2025.