



MEHNAT IQTISODIYOTI VA INSON KAPITALI

ISSN: 3030-3117

<https://laboreconomics.uz/>



ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ АГРОТУРИЗМА В РЕГИОНАХ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ВОЗМОЖНОСТИ АДАПТАЦИИ

Бахадир Адильчаев

Доктор ИФП, исполняющий обязанности доцента
Каракалпакский государственный университет

Электронная почта: badilchaev-91@mail.ru

ORCID: 0009-0003-1306-4257

Аннотация. В статье исследуются организационно-экономические подходы к управлению развитием агротуризма на региональном уровне. Рассматриваются основные модели государственного управления туристической сферой, а также опыт развития сельского и агротуризма в Великобритании, Франции, Германии, Италии, Турции и Китае. Выявлены основные элементы зарубежных моделей, имеющие практическое значение для регионов Узбекистана: государственная координация, территориальная специализация, диверсификация туристического продукта, развитие инфраструктуры, продвижение регионального бренда, участие местного населения и взаимодействие государства и бизнеса. На основе сравнительного анализа предложена многоуровневая организационно-экономическая модель управления развитием агротуризма в регионах Узбекистана, включающая государственный, региональный и локальный уровни.

Ключевые слова: агротуризм, сельский туризм, управление, организационно-экономический механизм, государственное регулирование, региональное развитие, зарубежный опыт, туристический кластер, инфраструктура.

HUDUDLARDA AGROTURIZMNI RIVOJLANTIRISHNI BOSHQARISHNING TASHKIL VA IQTISODIY MEXANIZMI: XORIJIY TAJIRIBA VA MOSLASHTIRILISH IMKONIYATLARI

Baxadir Adilchaev

I.f.f.d., dotsent vazifasini bajaruvchi

Qoraqalpoq davlat universiteti

Annotatsiya. Mazkur maqolada hududiy darajada agroturizmni rivojlantirishni boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy yondashuvlari tadqiq etilgan. Turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning asosiy modellari, shuningdek, Buyuk Britaniya, Fransiya, Germaniya, Italiya, Turkiya va Xitoyda qishloq va agroturizmni rivojlantirish tajribasi ko'rib chiqilgan. O'zbekiston hududlari uchun amaliy ahamiyatga ega bo'lgan xorijiy modellarning asosiy elementlari aniqlangan: davlat muvofiqlashtiruvi, hududiy ixtisoslashuv, turistik mahsulotni diversifikatsiya qilish, infratuzilmani rivojlantirish, hududiy brendni targ'ib qilish, mahalliy aholining ishtiroki hamda davlat va biznes o'rtasidagi hamkorlik. Qiyosiy tahlil asosida O'zbekiston hududlarida agroturizmni

rivojlantirishni boshqarishning davlat, mintaqaviy va lokal darajalarni o‘z ichiga olgan ko‘p darajali tashkiliy-iqtisodiy modeli taklif etilgan.

Kalit so‘zlar: agroturizm, qishloq turizmi, boshqaruv, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, davlat tomonidan tartibga solish, hududiy rivojlanish, xorijiy tajriba, turistik klaster, infratuzilma.

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM FOR MANAGING AGRITOURISM DEVELOPMENT IN REGIONS: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND ADAPTATION OPPORTUNITIES

Bakhadir Adilchaev

PhD in Economics, Acting Associate Professor

Karakalpak State University

Abstract. The article examines the organizational and economic approaches to managing the development of agritourism at the regional level. The main models of state management in the tourism sector, as well as the experience of developing rural and agritourism in the UK, France, Germany, Italy, Turkey, and China, are considered. The main elements of foreign models of practical importance for the regions of Uzbekistan are identified: state coordination, territorial specialization, diversification of the tourism product, infrastructure development, regional brand promotion, local population participation, and state-business interaction. Based on comparative analysis, a multi-level organizational and economic model for managing agritourism development in the regions of Uzbekistan, including state, regional, and local levels, is proposed.

Keywords: agritourism, rural tourism, management, organizational and economic mechanism, state regulation, regional development, foreign experience, tourism cluster, infrastructure.

Введение

Развитие агротуризма требует не только наличия природных и сельскохозяйственных ресурсов, но и формирования эффективной системы управления. Даже при наличии привлекательных туристических объектов недостаточная координация участников рынка, слабая инфраструктура, отсутствие информационного продвижения и недостаток профессиональных кадров могут ограничивать развитие отрасли.

Поэтому управление агротуризмом необходимо рассматривать как комплексный процесс, включающий государственное регулирование, региональное планирование, развитие инфраструктуры, продвижение туристического продукта, поддержку предпринимательства и участие местного населения. Для определения возможных направлений совершенствования такой системы особый интерес представляет зарубежный опыт.

Литературный обзор

Теоретические и практические аспекты развития агротуризма, сельского туризма и региональной экономики исследовали многие отечественные и зарубежные ученые [1, 2, 4, 6]. В частности, вопросы формирования эко-агротуризма рассматривались в работах А.Л.

Куликова и В.В. Пашенцева [1], организационно-экономические особенности агротуризма исследовались Х.Р. Турабовой [2], Б.Ш. Сафаровым [3], Ш.Р. Файзиевой [6] и другими исследователями [4, 5, 7]. Международный опыт и институциональные основы развития туризма освещены в материалах международных организаций [8, 9]. Тем не менее, вопросы адаптации зарубежного опыта управления агротуризмом к условиям регионов Узбекистана требуют дальнейшего комплексного изучения.

Методология исследования

В статье использованы материалы исследования развития агротуризма и сельского туризма, представленные в первом разделе диссертационного исследования. Применялись методы сравнительного анализа, систематизации, классификации и обобщения [1, 2, 3]. В качестве объектов сравнительного анализа рассмотрены модели Великобритании, Франции, Германии, Италии, Турции и Китая, представленные в исследуемом материале.

Анализ и результаты

Одним из ключевых вопросов управления агротуризмом является определение роли государства.

Одним из ключевых вопросов управления агротуризмом является определение роли государства. В исследовании выделены три основные модели управления туристической сферой:

-Первая модель характеризуется минимальным участием центрального государства и значительной ролью рыночного саморегулирования.

-Вторая модель предполагает наличие сильного специализированного государственного органа, осуществляющего комплексное управление отраслью.

-Третья модель основана на взаимодействии государственного управления, региональных структур и частного сектора. При этом государственные институты выполняют функции формирования нормативно-правовой базы, координации, статистического и информационного обеспечения, международного сотрудничества и маркетинговой поддержки.

Для условий Узбекистана наиболее перспективным представляется именно третий подход, поскольку он позволяет сочетать государственную координацию с предпринимательской инициативой.

Особое значение имеет зарубежный опыт развития сельского туризма.

В Великобритании значительное внимание уделяется размещению туристов в сельской местности. В качестве туристического продукта используются различные варианты проживания, а также организация национальных и спортивных мероприятий, конных прогулок и других форм отдыха.

Данный опыт показывает, что агротуристический продукт не должен ограничиваться размещением. Для увеличения экономической отдачи необходимо формировать комплекс услуг. Французская модель отличается более высокой специализацией сельского туризма. В различных территориях формируются разные виды туристического продукта: агротуризм, гастрономический туризм, винный туризм, историко-культурные маршруты и рекреационный туризм.

Особенно важным для регионального развития является принцип территориальной специализации. Это означает, что конкретная территория может концентрироваться на тех видах туристических продуктов, для которых она обладает наибольшими ресурсными преимуществами. Германия представляет модель, в которой сельский туризм тесно связан с фермерским хозяйством. Туристы заинтересованы не только в отдыхе, но и в непосредственном знакомстве с сельским трудом, уходом за животными, традиционной культурой и местными мероприятиями. Итальянская модель строится вокруг нескольких тематических направлений: природа и здоровье, традиционная гастрономия и спорт. Отдельные территории специализируются на конкретных видах туристических продуктов.

Таким образом, анализ европейского опыта показывает, что успешное развитие агротуризма основывается на принципе территориальной специализации и продуктовой диверсификации.

Для Узбекистана это означает необходимость отказаться от унифицированного туристического предложения для всех регионов. Каждый регион должен формировать собственный агротуристический профиль с учетом природных, сельскохозяйственных, культурных и исторических особенностей. Опыт Турции показывает важность комплексного подхода, инвестиций, развития инфраструктуры и маркетинга. Опыт Китая демонстрирует значение государственной политики формирования туристического имиджа территории. Например, для сельских территорий Каракалпакстана потенциально значимыми элементами такого бренда могут стать природные ландшафты, традиционная культура, ремесла, национальная кухня, сельскохозяйственные продукты и особенности местного образа жизни.

Для регионов Узбекистана данный подход также имеет практическое значение. Туристическая привлекательность территории формируется не только количеством объектов, но и способностью представить их как единый региональный бренд.

Например, для сельских территорий Каракалпакстана потенциально значимыми элементами такого бренда могут стать природные ландшафты, традиционная культура, ремесла, национальная кухня, сельскохозяйственные продукты и особенности местного образа жизни. Однако конкретная специализация должна определяться на основе ресурсного и рыночного анализа территории.

На основе проведенного анализа предлагается следующая многоуровневая организационно-экономическая модель управления агротуризмом:

1. Первый уровень (государственный): формирование нормативно-правовой базы, создание механизмов государственной поддержки, развитие системы статистического учета, стимулирование инвестиций, поддержка инфраструктурных проектов, международное сотрудничество, формирование национального туристического бренда [8].

2. Второй уровень (региональный): инвентаризация туристических ресурсов, определение специализации территории, формирование агротуристических кластеров, разработка региональных туристических маршрутов, координация предпринимателей, маркетинг и продвижение, подготовка кадров.

3. Третий уровень (локальный): непосредственное формирование туристического продукта силами фермерских и дехканских хозяйств, гостевых домов, предприятий общественного питания, ремесленников, экскурсоводов, транспортных организаций и местных сообществ.

Предлагаемая система может быть представлена следующим образом:

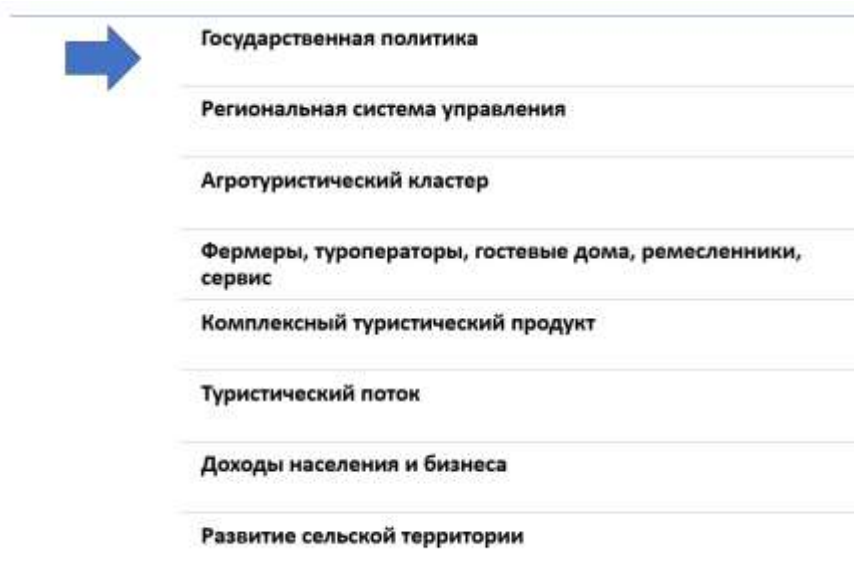


Рисунок 1. Многоуровневая модель управления агротуризмом в регионе

Предлагаемая система функционирует по принципу обратной связи: увеличение туристического потока создает дополнительные доходы, которые частично направляются на развитие инфраструктуры, повышение качества услуг и продвижение территории [9]. Организационно-экономический механизм включает пять взаимосвязанных компонентов: институциональный, финансово-экономический, инфраструктурный, кадровый и маркетинговый.

Институциональный компонент определяет правила функционирования отрасли.

Финансово-экономический компонент включает инвестиции, кредитование, государственную поддержку и экономические стимулы.

Инфраструктурный компонент обеспечивает физическую возможность приема туристов.

Кадровый компонент обеспечивает качество услуг.

Маркетинговый компонент формирует спрос и обеспечивает продвижение территории.

Научная новизна исследования состоит в разработке многоуровневого организационно-экономического подхода к управлению агротуризмом, объединяющего государственное регулирование, региональную координацию и инициативу местного бизнеса в соответствии с ресурсной специализацией регионов Узбекистана.

Предложения по адаптации зарубежного опыта в Узбекистане, Проведенный анализ позволяет сформулировать следующие направления. Во-первых, целесообразно проводить инвентаризацию и оценку агротуристических ресурсов каждого региона.

Во-вторых, необходимо определять специализацию территорий. Например, одни территории могут ориентироваться на гастрономический агротуризм, другие на этнокультурные маршруты, третьи на экологический и природный туризм.

В-третьих, необходимо создавать территориальные агротуристические кластеры.

В-четвертых, следует развивать систему подготовки местного населения к предоставлению туристических услуг.

В-пятых, необходимо обеспечить единое информационное продвижение регионального агротуристического продукта.

В-шестых, государственную поддержку целесообразно направлять прежде всего на инфраструктурные ограничения, которые отдельные субъекты малого бизнеса не способны устранить самостоятельно.

В-седьмых, при формировании туристических продуктов необходимо учитывать экологическую нагрузку и обеспечивать рациональное использование природных ресурсов.

Заключение

Анализ зарубежного опыта показывает, что эффективное развитие агротуризма невозможно обеспечить исключительно рыночными механизмами или только государственным регулированием. Наиболее результативным является взаимодействие государства, бизнеса и местного населения.

Для Узбекистана целесообразно не копировать отдельную зарубежную модель, а адаптировать ее элементы к социально-экономическим и природным условиям конкретных регионов. Опыт

Великобритании демонстрирует значение разнообразных форм размещения и дополнительных услуг; французский опыт преимущества территориальной специализации и гастрономического направления; германский возможность интеграции туризма непосредственно с фермерским хозяйством; итальянский эффективность тематической специализации; турецкий значение инфраструктуры, инвестиций и маркетинга; китайский роль государственной политики формирования туристического имиджа.

Для Узбекистана целесообразно не копировать отдельную зарубежную модель, а адаптировать ее элементы к социально-экономическим и природным условиям конкретных регионов.

Предлагаемый организационно-экономический механизм должен основываться на взаимодействии трех уровней: государственного, регионального и локального. Его конечной целью должно быть не только увеличение туристического потока, но и обеспечение роста доходов сельского населения, занятости, развития малого бизнеса, сохранения культурного наследия и рационального использования природных ресурсов.

На основе проведенного исследования сформулированы следующие практические предложения:

- Проводить инвентаризацию и оценку агротуристических ресурсов каждого региона;
- Определять специализацию территорий (гастрономический, этнокультурный или экологический туризм);
- Создавать территориальные агротуристические кластеры;
- Развивать систему подготовки местного населения к предоставлению туристических услуг;
- Обеспечить единое информационное продвижение регионального агротуристического продукта через цифровые платформы;
- Направлять государственную поддержку прежде всего на преодоление инфраструктурных ограничений;
- Учитывать экологическую нагрузку и обеспечивать рациональное использование природных ресурсов.

Таким образом, агротуризм может рассматриваться как один из инструментов комплексной региональной политики, направленной на диверсификацию сельской экономики и устойчивое развитие сельских территорий.

Список использованной литературы

1. Куликов А.Л., Пашенцев В.В. Основы концепции развития эко-агротуризма в российской провинции. М.: Юрист, 2004.
2. Турабова Х.Р. Agroturizmni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. 2019. №6.

3. Сафаров Б.Ш. Национальный рынок туристических услуг: методологические основы инновационного развития.
4. Здоров А.Б. Агротуристический комплекс: формирование и развитие. М.: Химики, 2011.
5. Трубин А. Развитие внутреннего туризма территорий. М.: Дашков и К., 2021.
6. Файзиева Ш.Р. Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш. Ташкент, 2006.
7. Болтабаев М.Р., Тухлиев И.С., Сафаров Б.Ш., Абдухамидов С.А. Туризм: теория и практика. Ташкент: Barkamol fayz media, 2018.
8. UNWTO. Материалы по развитию международного и сельского туризма.
9. European Commission. Материалы по развитию туризма и влиянию пандемии COVID-19.