

## ПУТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

**Аннотация:** В данной статье анализируются вопросы и перспективы развития этнографического туризма в Республике Узбекистан. Предложены внедрения нового приложения “ЭтноМобил”.

**Ключевые слова:** Международный туризм, экономика, этнография, этнографический туризм, национальная кухня, “ЭтноМобил”, мобильное приложение.

**Введение.** Согласно Международному туристическому барометру ООН, в 2025 году показатель международных прибытий туристов увеличится на 4,4 процента по сравнению с 2016 годом. Если эта тенденция сохранится, к 2030 году число иностранных туристов по всему миру достигнет 1,8 миллиарда. Вот почему туризм является одним из секторов, определяющих развитие мировой экономики за последнее столетие.

Международная туристическая индустрия продолжает сохранять свои позиции в мировой экономике. Международный туризм набирает популярность среди стран мира, а количество туристов увеличивается [1].

Эксперты по туризму считают, что это будет самая прибыльная отрасль в мире в 21 веке. Теперь он занимает третье место в мире после автомобильной и нефтеперерабатывающей отрасли. Примечательно, что туризм превосходит мировую промышленность и сельское хозяйство. Еще одна причина быстрого развития туризма заключается в том, что он не требует больших затрат на исследования и энергоемких технологий. Но туризм требует развития других областей. По этой причине многие сферы услуг должны неразрывно развиваться друг с другом [2]. К ним относятся информационные и коммуникационные технологии, транспортные услуги, образование, культура и искусство и так далее.

Как известно, этнографический туризм является одним из самых популярных видов туризма в Узбекистане. Большинство туристов, прибывающих в нашу страну, приезжают с целью знакомства со страной. Конечно, ресурсы индустрии туризма являются национальным богатством каждой страны и являются государственной собственностью. Однако некоторые из них являются объектами мирового значения и включены в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. В этом списке 4 города Узбекистана и более 31 исторических мест. В Узбекистане насчитывается более 7000 исторических и красивых природных и климатических памятников. Но, сегодня только 1/3 этих туристических ресурсов доступны для туризма [1].

Понятно, что Узбекистан не использует свои туристические ресурсы по максимуму. Как было отмечено, большинство туристов, прибывающих в нашу страну, посетили и ограничиваются такими городами, как Самарканд, Бухара, Хива и Шахрисабз. Этот процесс приводит к тому, что количество туристов прибывающих на территорию нашей страны не увеличивается, а постоянные поездки по одним и тем же маршрутам могут быть утомительными.

По словам государственного деятеля, путешествие по Узбекистану позволит туристу обогатить свой духовный мир. Туристов привлекает в нашу страну высокий уровень духовности и великой истории. Народ Узбекистана с древних времен до наших дней обладает богатой историей, духовными ценностями и национальными традициями, которые время от времени сохранялось и передавалось по наследству

из поколения в поколение. Он отражает надежды нации, природную, географическую и социальную среду, в которой народ живет, талант, навыки, способности, этническую принадлежность, этногенез и этническую идентичность людей. Помимо паломничества и исторического туризма, Узбекистан является страной с богатыми материальными и нематериальными ресурсами для этнографического туризма.

**Методы исследования:** В данной статье описываются туристическая политика Республики Узбекистан, указы, Постановления Кабинета Министров, нормативные документы, разработанные Государственным комитетом по развитию туризма, учебники по туризму, монографии и веб-сайты научные журналы. Здесь использовались такие методы, как сравнение, системный подход, анализ и синтез.

**Основные полученные результаты.** Термин “этнография” – это изучение и объяснение различий в культурном развитии народов и этнических групп, выявление причин и механизмов возникновения и упадка культуры, причин расовых различий между народами и установления этнических и социально-экономических отношений. Таким образом, мы определяем термин “этнографический туризм” следующим образом: “Этнографический туризм - это путешествие туристов, чтобы узнать и развить культуру определенной этнической группы, этапы ее формирования, этногенез и специфические особенности этнических групп”.

Этнографический туризм напрямую связан со многими областями науки, культуры и социального положения и требует их развития и продвижения. Когда туристы приезжают в ту или иную страну по этнографической системе, они знакомятся с развитием этнической культуры, этапами ее формирования, этногенезом и особенностями групп, в которые непосредственно входят национальные блюда, одежда, танцы и т. д. Необходимо подчеркнуть образцы ремесленничества, ритуалов и традиций, игр и архитектуры.

**Национальные костюмы** - это одежда, которая отражает национальные особенности нации, созданные в истории и используемые сегодня, которые тесно связаны с культурой и историей.

**Национальная кухня** - отражает стиль жизни, отношение к природе и религиозные взгляды населения.

**Национальный танец** - является одной из важнейших основ изучения этнографии, отражающей искусство музыки, одежды и социального статуса.

**Устное творчество** - образ жизни, общественная и социальная жизнь, трудовая деятельность, взгляды на природу и общество, убеждения, чувства к человеку и миру, мир искусства, воспитание, счастье и справедливость, воспетые в песню и включены в сказаниях.

**Церемонии и традиции** - это культурное явление, возникающее в ходе исторического развития на основе природных и социальных потребностей, которое передается из поколения в поколение. Церемонии являются празднованием самых важных событий в жизни человека и сопровождаются общими правилами и процедурами в формальной и духовной атмосфере.

**Национальная архитектура** - как особая сфера человеческого труда, возникла в древние времена и была направлена на удовлетворение основных жизненных потребностей. Он может удовлетворить широкий спектр практических, полезных, социально-политических, материальных, религиозных и других потребностей человека.

**Народные игры** - это общественная жизнь определенной эпохи, то есть какие продукты и инструменты использовались в играх, в какое время года, развитие потенциала, кто участники, их призы или штрафы и экономическая среда. В настоящее время в Ташкенте существуют приложения, которые позволяют людям, желающим использовать городские автобусы Ташкента, отслеживать общественный и городской общественный транспорт в Ташкенте с помощью GPS (MyBus Tashkent, приложения

ЗТМ). Большинство приложений в нашей стране требуют создания электронных мобильных приложений, разработанных для таких краткосрочных целей, но с большим туристическим потенциалом и большим удобством. Например, интеграция приложений и сервисов на отдельных электронных платформах требует небольших усилий.

**Выводы и предложения.** Подводя итог, можно сказать, что этнографический туризм требует, чтобы туристы посещали и являлись свидетелями этнических культурных объектов. Каждый регион и регион (оазис, долина и т. д.) Узбекистана имеет свой уникальный облик и богатое культурное наследие. Рельеф оазиса отличается от рельефа жителей долины, и у каждого есть своя уникальная культура. Развитие этнографического туризма будет способствовать экономическому, социальному и культурному развитию отдаленных районов страны.

На основании приведенных выше данных и анализа мы хотели бы представить новое мобильное приложение – “EtnoMobil” в Республике Узбекистан. Цель этого приложения - помочь туристам, посещающим нашу страну, ознакомиться с богатой этнографической культурой и облегчить обучение. Предлагаемое мобильное приложение “EtnoMobil” содержит информацию об этнографии всех регионов Узбекистана, которые доступны в отдельных местах (национальные костюмы, образцы фольклора, национальная кухня, народные игры, национальные праздники: традиции, церемония и обычаи; народная архитектура; национальное танцевальное искусство). Информация об уникальных особенностях каждой области рекламируется. Для каждого региона составляется набор точек данных. Одним из преимуществ этого приложения является то, что индивидуально посещающие туристы могут также узнать об этнографии наших людей и путешествовать по стране.

#### **Список использованной литературы**

1. Болтабаев М.Р., Тухлиев И.С., СафаровБ., Абдухамидов С.А. Туризм: теория и практика. Т.: Fan va texnologiya, 2018, 400 с.
2. Мирзаева М.А., Алиева М.Т. Основы туризма. Учебное пособие: Т.: O'zbekiston faylasuflar jamiyati, 2011. 312 с.

*А.А. Курицына, научный руководитель А.В. Ефанов  
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия  
Kuritsinastya@mail.ru*

## **МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**Аннотация.** В статье рассматривается маркетинговая концепция как способ повышения конкурентоспособности предприятия за счет максимизации прибыли. Увеличение прибыли предприятия это одна из главных задач в бизнесе. Маркетинг является одним из главных факторов эффективности деятельности предприятия и должен быть включен в каждую фазу бизнеса.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, маркетинговая концепция, максимизация прибыли.

Стремительное развитие мировой экономики диктует новые правила. Интеграция Российской Федерации в мировую экономику обязывает применять общепризнанные показатели эффективности, и одним из таких показателей является конкурентоспособность.

Как известно, конкуренция – это основа рыночной экономики и является главной движущей силой развития. С приходом рыночной экономики, конкуренция