

УДК 338.48

*Курганова П.В.,  
студентка 3 – го курса, экономика и организация гостиничного хозяйства  
НОУ «Технический колледж г. Худжанд»  
Научный руководитель: Аюбов А.Н.,  
магистр экономики  
преподаватель кафедры «Инновационная технология – организация услуг»  
НОУ «Технический колледж г. Худжанд»  
Таджикистан, Худжанд*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН**

***Аннотация:** Статья посвящена перспективам и проблемам развития туризма в республике Таджикистан в условиях растущего мирового спроса на туристические услуги, высокой привлекательности горной природной среды и уникальность местного историко-культурного наследия горных регионов Таджикистана.*

***Ключевые слова:** туризм, туристы, горная страна, традиции, культура, горный туризм.*

***Annotation:** the article is devoted to the prospects and problems of tourism development in the Republic of Tajikistan in the context of the growing global demand for tourist services, the high attractiveness of the mountainous environment and the uniqueness of the local historical and cultural heritage of the mountainous regions of Tajikistan.*

***Key words:** tourism, tourists, mountainous country, traditions, culture, mountain tourism.*

Туризм является одним из важных направлений, развитию которого во многих странах мира уделяется особое внимание, в том числе и в Таджикистане, он может положительно влиять на различные отрасли и способствует улучшению всего общества.

Таджикистан - край высочайших вершин, мощных ледников, стремительных бурных рек, неповторимых по своей красоте озёр, уникальной растительности и редких животных, именно горный, поэтический ландшафт определяет своеобразие и неповторимость природы Таджикистана, богатство её форм, вызванных к жизни разнообразием климатических зон. Таджикистан богат как природной красотой, так и культурным наследием, что привлекает туристов со всего мира. Кроме того, страна относительно неизведанная и, как следствие, считается «экзотической». Это большой выигрышный момент, для современного приключенческого туризма, ведь люди хотят поехать туда, где мало кто бывал.

Чтобы увидеть и почувствовать колорит и экзотику Азии, необходимо обязательно побывать в Таджикистане, посетить его богатые и разнообразные базары с изобилием овощей и фруктов, побродить в тенистых исторических улочках старых городов, посидеть в чайханах, покрытых ажурным орнаментом, попить ароматный зеленый чай, побеседовать с людьми, изучить их традиции, культуру и быт, познать добродушие, величие и мудрость этого народа.

Таджикистан располагает 3 международными аэропортами в г. Душанбе, Худжанде и Кулябе. Территорию республики с запада на восток пересекают 3 ветви железных дорог, которые связывают центральную, северную и южную регионы республики через территории сопредельных государств Туркменистана и Узбекистана. Природно-рекреационные ресурсы республики, наличие памятников истории и культуры определяют особенности сформированного национального туристского продукта,

продвижение и реализация которого на мировых рынках туристских услуг, обеспечивает поток иностранных туристов в Таджикистан.

Республика Таджикистан располагает богатым историко-культурным наследием, уникальными природными ресурсами и привлекательными пейзажами, способствующими как развитию внутреннего туризма, так и приему иностранных граждан. Данное утверждение является неоспоримым, проверенным временем, поскольку «история свидетельствует, что таджики, принадлежащие к древнейшим народам мира, всегда славились гостеприимством и человеколюбием». Принимая во внимание вышеуказанные факторы, сфера туризма республики объявлена приоритетным направлением национальной экономики и государственной политики.

Туризм - это сложное, многомерное и многоликое понятие, это одновременно и вид деятельности, и форма рекреации, и отрасль национальной экономики, и способ проведения досуга<sup>1</sup>.

Горный туризм— вид спорта и активного отдыха, суть которого заключается в прохождении линейного маршрута по горному рельефу. Один из видов спортивного туризма<sup>2</sup>.

Для динамичного развития туризма необходимы следующие условия:

- стабильная социально-экономическая ситуация (в мире в целом, в отдельной стране и конкретном регионе);
- отсутствие административно-чиновничьих барьеров при перемещениях через границы и в период гостевого пребывания;
- притягательные рекреационные ресурсы (природно-климатические и культурно-исторические);
- развитая инфраструктура туризма и квалифицированные кадры;

---

<sup>1</sup> Барометр международного туризма ЮНВТО, Том 10, Январь 2012 – Статистическое приложение. [Электронный ресурс] // URL: [http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom12\\_01\\_january\\_statistical\\_annex\\_ru\\_excerpt\\_0.pdf](http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom12_01_january_statistical_annex_ru_excerpt_0.pdf) (дата обращения 25.09.2020).

<sup>2</sup> Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для академического бакалавриата / Л.В. Баумгартен. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 338 с.

- высокий уровень сервиса, обеспечение комфортного проживания, гостеприимство, культура и профессионализм персонала;
- комфортабельный и безопасный транспорт, надежная связь;
- свобода перемещения и гарантии прав путешественников, обеспечение их безопасности;
- высокая ответственность туристских организаций и их структурных подразделений за проведение конкретных туров;
- положительный туристский имидж территории, высокая репутация обслуживающих туристов фирм и компаний.

Эффективному налаживанию и развитию туристической отрасли препятствует множество проблем, которые требуют глубокого изучения для последующего их разрешения.

1. Таджикистан – страна с одним туристическим сезоном. Таджикистан считается местом, которое рекомендуется посетить только с конца июня до начала сентября, так как туристов здесь главным образом интересуют горы, иностранные туристы воздерживаются от поездок в республику осенью, зимой и весной, читая советы в интернете.

2. Банкоматы, обмен валюты в банкоматах в Таджикистане часто отсутствуют доллары или же они отказываются обслуживать иностранные карты, это особенно проблематично на Памирской трассе. Туристы не приспособлены к такой проблеме, потому что везде, где они путешествовали, могли легко получить доллары в банкоматах. Таджикистан находится на нижнем уровне.

3. Сим-карты для туристов действительны только в течение десяти дней, что делает их бесполезными для тех, кто планирует провести в Таджикистане больше времени, еще одна проблема - медленная скорость мобильного интернета.

4. Сложности с рекламированием и продвижением. Нет механизма эффективного рекламирования со стороны местных компаний. Официальные

правительственные рекламные видеоролики о туристических возможностях страны, похоже, не могут набирать более 20 тысяч просмотров на популярных платформах, таких как Youtube и Facebook.

Мы смогли определить те факторы которые влияют на развития туристической индустрии РТ, для того чтобы туризм развивался в Таджикистане, туристические предприятия должны принять во внимание в своих деятельности такие факторы, как:

- повысить качество предоставляемой тур – услуги;
- предоставлять информацию о своих услугах в интернет пространстве;
- использовать новые технологии введения гостиничной деятельности;
- усовершенствование имеющихся продуктов (услуг).

#### **Использованные источники:**

1. Барометр международного туризма ЮНВТО, Том 10, Январь 2012 – Статистическое приложение. [Электронный ресурс] // URL: [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom12\\_01\\_january\\_statistical\\_annex\\_ru\\_excerpt\\_0.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom12_01_january_statistical_annex_ru_excerpt_0.pdf) (дата обращения 25.09.2020).
2. Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для академического бакалавриата / Л.В. Баумгартен. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 338 с.
3. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд.(изд:2) / Ю.В. Безрутченко. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 232 с.
4. Бутко, И.И. Маркетинг в туризме: Учебное пособие, 2-е изд.(изд:2) / И.И. Бутко, В.А. Ситников, Е.А. Ситников. - М.: ИТК Дашков и К, 2014. - 416 с.
5. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования, теория и практика 2-е изд., пер. и доп. учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 570 с.

6. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. - М.: Юнити-Дата, 2018.

7. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство РЛД, 2007. – 480 с.