

рекомендации: создание единого республиканского сайта, например на базе интерактивной платформы «Патриот.бу», или портала «Беларусь помнит», где все отряды могли бы вести актуальные страницы с контактами, новостями и отчетами об экспедициях; регулярное ведение работы сообщества в соцсетях. Формат позволяет публиковать фото- и видеоотчеты с раскопок, объявления о наборах добровольцев, что делает работу отряда прозрачной и интересной для молодежи. На имеющихся ресурсах необходимо добавить интерактивные элементы: простую форму обратной связи для родственников погибших и желающих помочь, раздел «Часто задаваемые вопросы», онлайн-анкету для вступления в отряд, реквизиты для благотворительных взносов.

З. Т. Гаубназарова, М. Г. Сайдалиева
Университет науки и технологий (Ташкент)

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТОРГОВОГО БИЗНЕСА И ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В УЗБЕКИСТАНЕ: СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ, АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Современная экономика Узбекистана переживает период интенсивной структурной трансформации, торговый бизнес и туристическая индустрия играют роль ключевых генераторов экономического роста. Постепенное открытие национального рынка, либерализация валютной политики, развитие логистических коридоров и повышение международной узнаваемости страны привели к формированию новых форм взаимодействия между торговыми компаниями и туристическими операторами. При этом усиливается взаимовлияние этих отраслей: чем активнее развивается торговля, тем привлекательнее страна для туристов. В то же время укрепление туризма создает стабильный спрос на розничные и сервисные услуги.

В условиях глобальной конкуренции эффективность этих сфер зависит не только от классических экономических инструментов, но и от внедрения цифровых бизнес-моделей, умных логистических технологий, интегрированных платформ обслуживания гостей и гибких форм взаимодействия между государством и частным сектором. Особый интерес представляет то, что ряд передовых решений, распространенных в развитых странах, в Узбекистане пока отсутствует, что создает пространство для инноваций и стратегического планирования.

Несмотря на высокий темп развития торговли и туризма, обе эти сферы сталкиваются с рядом системных ограничений. Одной из ключевых проблем остается фрагментарность инфраструктуры: современные торговые пространства развиваются быстрее, чем сопутствующие

логистические сервисы, что снижает скорость оборота товаров и повышает операционные издержки компаний. Туристическая индустрия испытывает аналогичные сложности: значимая часть регионов имеет высокий культурный потенциал, однако инфраструктура не подготовлена к большому потоку путешественников.

Следующий вызов — ограниченность цифровых интегрированных сервисов. В Узбекистане отсутствуют единые экосистемы, объединяющие торговые площадки, туристические маршруты, транспорт, гостиничный сектор и локальные сервисы. Это снижает уровень удобства для иностранных туристов и уменьшает прозрачность рынка.

Дополнительную сложность представляют недостаточный уровень продвижения локальных товаров на туристическом рынке, а также нехватка цифровой инфраструктуры для ремесленного сектора. Сокращаются проблемы, связанные с квалификацией кадров, что ограничивает внедрение современных моделей управления и снижает уровень конкурентоспособности страны.

Для устранения существующих барьеров в Узбекистане постепенно формируется новая бизнес-среда, основанная на цифровой экономике, модернизации логистики и повышении качества сервиса. Развитие электронной коммерции, международных связей и программ поддержки туризма создает условия для появления новых услуг и моделей рынка.

В сфере туризма активное внедрение электронных виз, цифровых гидов, оцифрованных музеев и информационных порталов способствует росту туристического потока. В торговле расширение сети логистических хабов, электронных маркетплейсов и систем управления складскими процессами помогает компаниям снижать затраты и ускорять оборот продукции.

Несмотря на положительные изменения, существует значительный резерв для внедрения механизмов, которые в других странах уже показали высокую эффективность: автоматизированные системы динамического ценообразования в туризме, мультимедийные фулфилмент-центры, интегрированные платформы для туристов, объединяющие торговлю, сервисы и маршруты в одном приложении, а также аналитические системы, прогнозирующие туристический спрос и логистические потоки в реальном времени.

Рекомендуется:

1. Создать национальную платформу Smart Destination Uzbekistan, объединяющую торговые точки, гостиницы, рестораны, музеи, транспорт, e-commerce и локальных производителей. Такая экосистема позволит туристам планировать маршруты, бронировать услуги, покупать локальные товары напрямую, а предпринимателям — анализировать спрос в режиме реального времени.

2. Ввести систему «цифрового сертификата доверия» для торговых компаний и туристических объектов с автоматическим анализом отзывов, прозрачности цен, уровня сервиса и соблюдения стандартов.

3. Разработать «умные» ремесленные кластеры — места, где мастера могли бы производить товары, сразу оцифровывать их с помощью QR-паспортов, подключать к международным витринам и отправлять покупателям через единый фулфилмент-центр.

4. Внедрить динамические туристические маршруты, которые меняются в зависимости от сезона, загруженности локаций и предпочтений гостей.

5. Создать экспериментальные торгово-туристические коридоры между ключевыми городами (Ташкент — Самарканд — Бухара), включающие единые стандарты сервиса, систему скидок, навигацию, мультиязычные сервисы и совместное продвижение локальной продукции.

6. Открыть Институт развития торговой и туристической аналитики для научного сопровождения и прогнозирования процессов.

7. Поддерживать новые профессии: цифровой менеджер туристических платформ, логист-аналитик, специалист по интеграции торговых экосистем.

Торговый бизнес и туристическая индустрия Узбекистана обладают значительным потенциалом для дальнейшего роста. Цифровизация, модернизация инфраструктуры и развитие новых бизнес-моделей создают условия для формирования современного, конкурентоспособного рынка.

Предложенные рекомендации ориентированы на формирование экосистемного взаимодействия между торговлей и туризмом, повышение качества сервиса, цифровую интеграцию и развитие новых бизнес-моделей. Эти меры могут стать основой долгосрочной стратегии, способной вывести Узбекистан на новый уровень экономического развития и укрепить его позиции на глобальном рынке.

П. С. Гвоздь, А. Н. Талатынник, А. И. Антоненков
БГЭУ (Минск)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Туристическая отрасль Беларуси переживает в 2025 г. период качественной трансформации. Текущий год назван наиболее успешным в истории белорусского туризма по количеству приехавших гостей. Эта тенденция обусловлена уникальными внутренними возможностями страны.

За 2024 г. в Беларусь совершено 6,6 млн въездных поездок. Внутренний туристический поток составил 19,7 млн поездок. Функционирует более 1100 организаций туристической деятельности, которые