СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК МЕХАНИЗМ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЗАНЯТОСТИ И РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Ходжаева Дилбар

Бухарский государственный университет

доцент кафедры Маркетинга и менеджмента

Аннотация. В статье рассматривается сельский туризм как механизм диверсификации занятости и развития сельской экономики. Обосновано, что данное направление позволяет расширить источники дохода сельского населения за счёт развития семейных гостевых домов, агротуристических услуг, ремесленничества, общественного питания, транспортного обслуживания и реализации местной продукции. Особое внимание уделяется современным тенденциям развития туризма в Узбекистане, где на государственном уровне усиливается роль туризма как фактора создания рабочих мест, поддержки малого предпринимательства и повышения доходов населения. В этой связи сельский туризм рассматривается как практический инструмент вовлечения сельских жителей, женщин и молодёжи в предпринимательскую деятельность. Сделан вывод о том, что развитие сельского туризма способствует снижению зависимости сельской экономики от традиционного сельского хозяйства, сохранению национальных традиций и формированию устойчивых источников занятости на местах.

Ключевые слова: сельский туризм, занятость, сельская экономика, диверсификация, рабочие места, малое предпринимательство, доходы населения, агротуризм, региональное развитие.

В современных условиях развитие сельских территорий становится одним из ключевых направлений социально-экономической политики. Для

многих стран, в том числе для Узбекистана, сельская экономика традиционно ассоциируется прежде всего с аграрным производством. Однако ограниченность земельных ресурсов, сезонный характер сельскохозяйственного труда, недостаточная диверсификация доходов и миграционные процессы усиливают необходимость поиска дополнительных источников занятости. Одним из таких направлений выступает сельский туризм, который позволяет использовать природный, культурный, исторический, гастрономический и этнографический потенциал территорий для создания новых рабочих мест.

Сельский туризм в отличие от массового городского туризма ориентирован на знакомство туристов с образом жизни сельского населения, национальными традициями, фермерским хозяйством, ремёслами, местной кухней и природной средой. Его особенность состоит в том, что он не требует создания исключительно крупных объектов. На начальном этапе сельский туризм может развиваться на базе семейных гостевых домов, фермерских хозяйств, ремесленных мастерских, национальных дворов, гастрономических маршрутов и небольших туристических сервисов. Именно поэтому он имеет особую значимость для сельской экономики: даже малые инвестиции могут давать ощутимый социальный эффект в виде занятости, роста доходов и развития предпринимательства.

Для Узбекистана данное направление приобретает особую актуальность в связи с современными тенденциями развития туризма, сферы услуг и региональной экономики. В Стратегии «Узбекистан — 2030» поставлены задачи по созданию широких условий для развития внешнего и внутреннего туризма, доведению числа зарубежных туристов до 15 миллионов, внутренних туристов — до 25 миллионов, а также увеличению числа туристических махаллей до 175.[1] Эти ориентиры показывают, что туризм рассматривается

не только как отрасль отдыха и путешествий, но и как важный экономический ресурс территориального развития.

Связь темы сельского туризма с современной политикой Узбекистана проявляется также в том, что в стратегических документах поставлена задача увеличения занятости в сфере туризма. В Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы предусмотрено увеличение численности занятых в сфере туризма к 2026 году в два раза с доведением их числа до 520 тысяч человек.[2] Следовательно, сельский туризм можно рассматривать как один из практических механизмов достижения этой цели, особенно в районах, где ограничены возможности промышленной занятости, но имеются природные, культурные и этнографические ресурсы.

Сельский туризм представляет собой форму туристической деятельности, основанную на использовании ресурсов сельской местности. К таким ресурсам относятся природные ландшафты, аграрное производство, национальные традиции, ремёсла, местная кухня, фольклор, семейный уклад, историко-культурные объекты и гостеприимство населения. В экономическом смысле сельский туризм создаёт дополнительную стоимость не только за счёт размещения туристов, но и за счёт целой системы сопутствующих услуг.

Диверсификация занятости означает расширение структуры трудовой деятельности населения за пределы одного основного сектора. В сельской местности это особенно важно, поскольку зависимость только от сельского хозяйства делает доходы населения уязвимыми перед сезонностью, погодными условиями, колебаниями цен и ограниченностью рынков сбыта. Сельский туризм позволяет дополнить традиционные виды деятельности новыми направлениями: размещение туристов, организация питания, проведение экскурсий, продажа сувениров, демонстрация ремёсел,

организация мастер-классов, транспортные услуги, фото- и видеосопровождение, онлайн-продвижение туристических маршрутов.

Экономическая значимость сельского туризма заключается в его мультипликативном эффекте. Один турист, приезжающий в сельскую местность, создаёт спрос не только на проживание, но и на продукты питания, транспорт, экскурсии, сувениры, услуги гида, культурные мероприятия и местные товары. В результате формируется цепочка занятости, в которой участвуют фермеры, ремесленники, повара, водители, гиды, владельцы гостевых домов, молодёжь, женщины и субъекты малого бизнеса. Поэтому сельский туризм выступает не изолированной услугой, а комплексным механизмом оживления сельской экономики.

Особое значение имеет то, что сельский туризм способен вовлекать в экономическую деятельность категории населения, которые не всегда имеют доступ к формальной занятости. Женщины могут участвовать в организации национального питания, домашнего размещения, производства сувениров и ремесленных изделий. Молодёжь может заниматься цифровым продвижением, разработкой туристических маршрутов, переводческими услугами, фото- и видеоконтентом. Пожилые жители могут передавать туристам знания о традициях, обычаях, народной культуре и истории местности. В этом смысле сельский туризм выполняет не только экономическую, но и социальную функцию.

Современный этап развития туризма в Узбекистане характеризуется переходом от традиционного подхода, ориентированного преимущественно на исторические города, к более широкой модели, включающей регионы, махалли, природные территории, гастрономические маршруты, ремесленные центры и семейное предпринимательство. Это особенно важно для сельских районов, поскольку туристический потенциал страны не ограничивается

Самаркандом, Бухарой, Хивой и Ташкентом. Многие сельские территории обладают уникальными ресурсами, которые могут быть включены в туристический оборот.

Президент Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёев неоднократно подчёркивал значение туризма для развития регионов, привлечения инвестиций и создания рабочих мест. В январе 2026 года на официальном сайте Президента было отмечено, что в одном из туристических проектов сто предпринимателей вложили 166 миллиардов сумов в создание гостиниц, ресторанов, ремесленных центров, торгового центра и предприятий сферы услуг, в результате чего 1 500 граждан были обеспечены постоянной работой.[3] Этот пример наглядно показывает, что развитие туристической инфраструктуры напрямую связано с занятостью населения.

В 2025 году на совещании под председательством Президента обсуждались вопросы повышения туристического потенциала регионов и ускорения инвестиционных проектов. Было отмечено, что благодаря принимаемым мерам в текущем году можно привлечь 15 миллионов туристов и довести экспорт туристических услуг до 4 миллиардов долларов.[4] Для сельского туризма это означает расширение потенциального спроса: рост общего туристического потока создаёт возможность направлять часть туристов не только в крупные города, но и в сельские территории, где можно развивать гостевые дома, этно-маршруты, агротуризм и ремесленные услуги.

В выступлении Президента в августе 2025 года отмечалось, что с начала года страну посетили около 7 миллионов зарубежных туристов, а 15 миллионов граждан совершили внутренние туристические поездки по стране.[5] Этот факт особенно важен для сельского туризма, поскольку внутренний туризм чаще всего формирует устойчивый спрос на короткие

поездки, семейный отдых, гастрономические маршруты, природные локации и посещение сельских территорий.

В дальнейшем государственные ориентиры стали ещё более масштабными. В документах, связанных с развитием туризма до 2030 года, определены цели доведения доли туризма в валовом внутреннем продукте с нынешних 3,5 процента до 7 процентов, увеличения ежегодного количества иностранных туристов до 20 миллионов человек и повышения годового объёма экспорта туристических услуг более чем до 6 миллиардов долларов США.[6] Эти показатели подтверждают, что туризм становится одним из стратегических секторов экономики, а сельские территории могут занять в нём важное место.

Статистические данные также подтверждают рост туристического потока. По данным статистической системы Узбекистана, число въездных туристических поездок иностранных граждан в Республику Узбекистан увеличилось с 6 626,3 тысячи в 2023 году до 7 957,2 тысячи в 2024 году, а в 2025 году составило 11 679,6 тысячи.[7] Такая динамика создаёт объективную основу для расширения туристических продуктов, включая сельский, экологический, гастрономический и аграрный туризм.

Сельский туризм создаёт рабочие места по нескольким направлениям. Первое направление связано с размещением туристов. Семейные гостевые дома, национальные дворы, мини-гостиницы и фермерские усадьбы позволяют сельским семьям получать доход от имеющихся жилых помещений или небольших инвестиционных проектов. При этом занятость формируется не только для владельца объекта, но и для членов семьи, которые участвуют в приготовлении пищи, уборке, встрече гостей, организации досуга и сопровождении туристов.

Второе направление связано с общественным питанием. Сельская кухня является важной частью туристического впечатления. Туристы стремятся попробовать местные блюда, увидеть процесс их приготовления, познакомиться с традициями гостеприимства. Это создаёт рабочие места для поваров, помощников, поставщиков продуктов, фермеров, производителей молочной, мясной, овощной и фруктовой продукции. В сельских условиях питание туристов может стать каналом реализации местной продукции с более высокой добавленной стоимостью.

Третье направление — экскурсионная и культурная деятельность. В каждой сельской территории имеются свои исторические места, святыни, природные объекты, ремесленные традиции, легенды, праздники и обряды. Их правильная упаковка в туристический продукт создаёт спрос на гидов, переводчиков, организаторов мероприятий, исполнителей народной музыки, мастеров традиционного искусства и специалистов по культурному сопровождению. Особенно важно, что такие рабочие места не всегда требуют крупных вложений, но требуют знаний, подготовки и организационной поддержки.

Четвёртое направление — ремесленничество и сувенирная продукция. В Узбекистане ремесленные традиции исторически связаны с текстилем, керамикой, резьбой по дереву, вышивкой, ювелирным делом, ковроткачеством и изготовлением национальных предметов быта. Сельский туризм позволяет превратить ремесло из локальной бытовой практики в источник дохода. Турист может не только купить изделие, но и принять участие в мастер-классе, увидеть процесс производства, познакомиться с мастером и историей ремесла. Это повышает ценность продукта и расширяет занятость.

Пятое направление — транспортные и сопутствующие услуги. Развитие сельского туризма требует организации маршрутов, перевозок, аренды автомобилей, велосипедов, лошадей, оборудования для активного отдыха, информационного сопровождения и безопасности туристов. В результате создаются рабочие места для водителей, координаторов, инструкторов и сервисных работников. В сельской местности это особенно важно, поскольку транспортная доступность часто является главным условием включения территории в туристический рынок.

Шестое направление — цифровое продвижение. Современный турист всё чаще выбирает направление через интернет, социальные сети, онлайн-карты, отзывы, фото- и видеоконтент. Поэтому развитие сельского туризма требует участия молодых специалистов, способных вести страницы в социальных сетях, создавать контент, работать с платформами бронирования, продвигать маршруты и формировать туристический бренд территории. Таким образом, сельский туризм открывает новые возможности для занятости молодёжи в цифровой экономике.

Для Узбекистана особое значение имеет развитие туризма на уровне махаллей. Махалля является не только административной и социальной единицей, но и пространством сохранения традиций, образа жизни, ремёсел и культуры гостеприимства. Именно поэтому идея туристической махалли хорошо соответствует логике сельского туризма: турист приезжает не только посмотреть объект, но и почувствовать атмосферу местной жизни.

Сельский туризм также способствует развитию малого предпринимательства. В отличие от крупных промышленных проектов, он позволяет начать бизнес с относительно небольших ресурсов: оборудовать гостевую комнату, организовать национальный обед, проводить мастер-классы, продавать местные продукты или предлагать экскурсионные услуги.

Однако для устойчивого развития необходимы обучение, стандарты качества, санитарные требования, цифровая грамотность, доступ к льготному финансированию и поддержка местных органов власти.

Связь сельского туризма с региональной экономикой проявляется в том, что доходы от туристов остаются внутри территории. Если турист покупает местные продукты, оплачивает услуги местного гида, живёт в семейном гостевом доме и приобретает изделия ремесленников, то деньги распределяются между сельскими жителями. Это отличает сельский туризм от некоторых форм внешне ориентированного бизнеса, где значительная часть дохода уходит за пределы территории.

Несмотря на высокий потенциал, развитие сельского туризма сталкивается с рядом проблем. Первая проблема — инфраструктурная. Многие сельские территории обладают привлекательными природными и культурными ресурсами, но испытывают трудности с дорогами, водоснабжением, санитарными условиями, интернетом, указателями, парковками и безопасностью. Без базовой инфраструктуры туристический продукт не может быть конкурентоспособным.

Вторая проблема — недостаток профессиональных навыков. Сельские жители могут обладать высоким уровнем гостеприимства и знанием местных традиций, но не всегда имеют навыки обслуживания туристов, маркетинга, ценообразования, онлайн-бронирования, работы с иностранными гостями и соблюдения стандартов качества. Поэтому важным условием развития сельского туризма является обучение местного населения.

Третья проблема — слабая интеграция сельских объектов в туристические маршруты. Даже если в районе есть интересные гостевые дома, ремесленные мастерские или природные объекты, они могут оставаться неизвестными для туроператоров и туристов. Для решения этой проблемы

необходимы цифровые платформы, региональные туристические карты, сотрудничество с турфирмами и продвижение через социальные сети.

Четвёртая проблема — сезонность спроса. Сельский туризм часто зависит от погоды, праздников, отпускного периода и сельскохозяйственного календаря. Для снижения сезонности необходимо развивать разные виды услуг: гастрономические фестивали, зимний сельский отдых, этнографические мероприятия, мастер-классы, образовательные туры, паломнические маршруты и экологические программы.

Пятая проблема — ограниченный доступ к финансированию. Для создания гостевого дома, санитарных условий, кухни, мебели, транспортного обслуживания и рекламы требуются средства. Поэтому важную роль играют льготные кредиты, гранты, субсидии, семейное предпринимательство и государственно-частное партнёрство.

С учётом современных тенденций в Узбекистане можно выделить несколько перспективных направлений развития сельского туризма. Первое — агротуризм, связанный с посещением фермерских хозяйств, садов, виноградников, животноводческих комплексов, теплиц и перерабатывающих предприятий. Туристы могут участвовать в сборе урожая, приготовлении национальных блюд, дегустации продукции и знакомстве с сельским трудом.

Второе направление — гастрономический сельский туризм. Узбекистан обладает богатой кулинарной культурой, и каждая область имеет свои особенности приготовления плова, хлеба, молочных продуктов, мясных блюд, сладостей и напитков. Организация гастрономических маршрутов может стать важным источником дохода для сельских семей.

Третье направление — ремесленный туризм. Мастер-классы по вышивке, керамике, ковроткачеству, резьбе по дереву, национальной одежде

и сувенирам позволяют туристам получить личный опыт и одновременно поддержать местных мастеров. Это особенно важно для сохранения нематериального культурного наследия.

Четвёртое направление — экологический и природный туризм. Горные, пустынные, предгорные, речные и оазисные территории Узбекистана могут быть использованы для пеших маршрутов, фототуризма, наблюдения за природой, семейного отдыха и оздоровительных программ. Однако развитие такого туризма должно быть экологически ответственным.

Пятое направление — цифровизация сельского туризма. Создание онлайн-каталогов гостевых домов, туристических махаллей, маршрутов, ремесленных мастерских и гастрономических объектов позволит расширить доступ туристов к сельским услугам. Для молодёжи это создаёт новые рабочие места в сфере SMM, дизайна, фото- и видеосъёмки, онлайн-коммуникаций и бронирования.

Сельский туризм является важным механизмом диверсификации занятости и развития сельской экономики. Его значение состоит в том, что он позволяет сельскому населению получать доход не только от сельского хозяйства, но и от сферы услуг, гостеприимства, ремёсел, транспорта, питания, культурных мероприятий и цифрового продвижения. В отличие от многих капиталоёмких отраслей, сельский туризм может развиваться постепенно, на базе семейного предпринимательства, местных ресурсов и инициативы самих жителей.

Для Узбекистана развитие сельского туризма особенно актуально, поскольку оно соответствует современным государственным приоритетам: развитию туризма, увеличению занятости, поддержке малого бизнеса, повышению доходов населения, развитию махаллей и региональной экономики. Практические примеры туристических проектов, в результате

которых создаются гостиницы, рестораны, ремесленные центры и сотни рабочих мест, подтверждают прикладное значение данного направления.

Таким образом, сельский туризм следует рассматривать не только как форму отдыха, но и как социально-экономический инструмент. Он способен укрепить занятость сельского населения, повысить доходы семей, сохранить национальные традиции, развить предпринимательство и обеспечить более устойчивое развитие сельских территорий. Для реализации этого потенциала необходимо комплексное взаимодействие государства, местных органов власти, предпринимателей, фермеров, махаллей, образовательных учреждений и туристических организаций.

Список использованной литературы

1. Президент Республики Узбекистан. (2022, 28 января). *Указ Президента Республики Узбекистан № УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы»*.

2. Президент Республики Узбекистан. (2023, 11 сентября). *Указ Президента Республики Узбекистан № УП-158 «О Стратегии "Узбекистан — 2030"»*.

3.Президент Республики Узбекистан. (2023, 26 апреля). *Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-135 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туристического потенциала республики, а также дальнейшему увеличению количества местных и иностранных туристов»*. Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан. Начало формы

Конец формы

4.Лебедева И.В., Копылова С.Л. Методическое пособие «Сельский туризм как средство развития сельских территорий» /— Москва: АНО «АРСИ», 2018. − 164 с.

5. Ходжаева, Д. Х. «Ключевые принципы организации сельского туризма и особенности его развития в Республике Узбекистан» "IQTISODIYOT VA TURIZM" xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali №1(3) 2022. С.17-27.

6.Ходжаева, Д. Х. (2021). ГЛАВА 9. ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН. *Инновационное развитие науки и образования* (pp. 111-121).