

MUHANDISLIK & IQTISODIYOT

*ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal*

№8

2025

avgust



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 - Texnika fanlari

08.00.00 - Iqtisodiyot fanlar



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinosari:

Shakarov Zafar G'afforovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabeck Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbanov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyedtinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellashtirish
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer ustti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikasiya va kompyuter tizimlari, telekomunikasiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi

- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyoziy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 08.00.01 – Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 – Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 – Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 – Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 – Xizmat ko'ssatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 – Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 – Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 – Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 – Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 – Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 – Marketing
- 08.00.12 – Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 – Menejment
- 08.00.14 – Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Ma'lumot uchun, OAK

Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati" ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-teknologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti

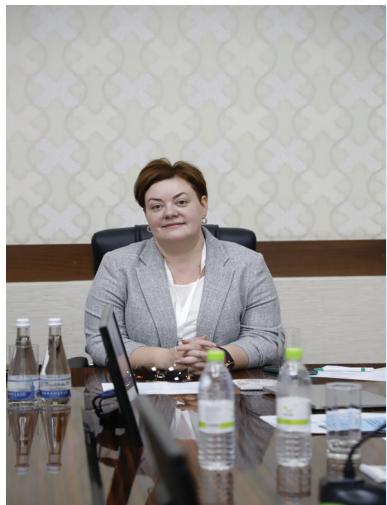


MUNDARIJA

Visualdsp++ platformasida raqamli signal protsessorlarini dasturlash texnologiyasi	12
Ibragimov Sanjarbek Salijanovich	
Tadbirkorlik tushunchasi: falsafiy-iqtisodiy va ijtimoiy-psixologik tahlil.....	19
Rajabov Sirojiddin Mansurovich	
Xorijiy davlatlar sog'liqni saqlash tizimida investitsiya loyihalarini davlat-xususiy sheriklik asosida moliyalashtirish mexanizmi	26
Karabayev Sanjar Abdusamatovich	
Feasibility study and site optimization for small hydropower plants along the syr darya river in Uzbekistan.....	33
Karimov Mustafo Aminbayevich, Berdiyev Usmon Tolib o'g'li	
Agrar sohada risklarning o'zaro ta'sirchan tarzda namoyon bo'lish xususiyatlari.....	42
Baymirzaev Dilmurod Nematovich	
Parrandachilik mahsulotlari omilli tahlil qilishda indeks usulidan foydalanish.	47
Bobomuratov Imomkul Islamovich	
O'zbekiston telekommunikatsiya sohasida raqamlashtirish jarayonlarini samarali boshqarish: "O'zbektelekom" ak misolda.....	56
Islamov Javlon Rasulovich	
Tijorat banklari amaliyotida jinoiy daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashish yo'nalishlari.....	59
Rustamov Sunnatillo Rustamovich	
Tadbirkorlikning mamlakat yaimdag'i ulushi va uning o'zgarish tamoyillari	66
Ibragimova Gulchexra Toxirovna	
Norasmiy bandlikning yashirin iqtisodiyot shakllanishi va dinamikasiga ta'sirining nazariy va amaliy jihatlari	72
Xasanov Jaxongir Jamshidovich, Sharifxo'jayev Shavkat Oqilovich	
O'zbekiston Respublikasi tijorat banklari tomonidan kichik biznes subyektlariga ajratilgan kreditlarning amaliy holati va dinamikasi	80
Irgasheva Nigora Akbarovna	
Туристская мобильность стран персидского залива как устойчивый и перспективный источник въездного туризма в Узбекистан	87
Голышева Елена Вячеславовна; Додиев Феруз	
O'zbekistonda sug'urta bozori holati va o'sish sur'ati	96
Bazarov Zakir Xonqulovich	
Davlat xaridlarida narxning eng yuqori chegarasi: huquqiy mexanizm va amaliy ahamiyati	101
Mamasoliyev Abrorbek Abdug'ani o'g'li	



ТУРИСТСКАЯ МОБИЛЬНОСТЬ СТРАН ПЕРСИДСКОГО ЗАЛИВА КАК УСТОЙЧИВЫЙ И ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИСТОЧНИК ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАН



Голышева Елена Вячеславовна
доктор PhD по экономическим наукам,
старший научный сотрудник, директор
НИИ развития туризма при Комитете по
туризму Республики Узбекистан
ORCID:0000-0001-7679-0406
Email: golisheva_elena@mail.ru



Додиев Феруз
докторант НИИ развития туризма, советник
председателя Комитета по туризму
Республики Узбекистан
ORCID:0009-0008-2016-3495
Email: f.dodiyev@gmail.com

Аннотация: В статья посвящена анализу туристской мобильности стран ССАГПЗ как перспективного источника въездного туризма в Узбекистан. На основе статистических данных, экспертного опроса и обзора поведения туристов из стран Персидского залива рассматриваются мотивационные установки, география поездок, барьеры и инфраструктурные дефициты. Установлено, что несмотря на положительную динамику въездного потока, доля Узбекистана в структуре выездного туризма ССАГПЗ остаётся незначительной. Предложен ряд практических рекомендаций по усилению позиций Узбекистана на рынке, включая развитие халяль-инфраструктуры, цифровой маркетинг и подготовку арабоязычных кадров.

Ключевые слова: выездной туризм, страны Персидского Залива, Узбекистан, туристская мобильность, устойчивость, халяль-туризм, позиционирование дестинации.

Annotatsiya: Maqolada SSGAPZ mamlakatlarining turistik harakatchanligi O'zbekistonga kiruvchi turizmning istiqbolli manbai sifatida tahlil qilinadi. Statistika, ekspert so'rovlari va turistik xulq-atvor tahliliga asoslanib, asosiy motivatsiya omillari, safar geografiyasi va mayjud infratuzilma muammolari ko'rib chiqiladi. Natijalarga ko'ra, O'zbekiston turistik oqimda ijobji o'sishga erishgan bo'lsa-da, uning ulushi umumiy GCC chiqish turizmida hali past darajada qolmoqda. Maqolada xulosa sifatida halal infratuzilmani rivojlantirish, raqamli marketing va arab tilini biluvchi kadrlarni tayyorlash bo'yicha amaliy tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: chiqish turizmi, Fors qo'ltig'i mamlakatlari, O'zbekiston, turistik harakatchanlik, barqarorlik, halal turizm, distsinatsiyani joylashtirish.



Abstract: The article analyzes the outbound tourism mobility of GCC countries as a promising source for inbound tourism to Uzbekistan. Based on statistical data, expert surveys, and behavioral analysis, it explores motivations, travel geography, infrastructure gaps, and structural barriers. Although Uzbekistan demonstrates positive growth in inbound flows from GCC, its market share remains marginal. The paper provides policy and marketing recommendations, including the development of halal-compliant infrastructure, Arabic-language digital promotion, and specialized human resource training.

Keywords: outbound tourism, Gulf countries, Uzbekistan, tourism mobility, sustainability, halal tourism, destination positioning.

ВВЕДЕНИЕ

Рынок выездного туризма стран Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ; англ. GCC – Gulf Cooperation Council), включающий Саудовскую Аравию, Объединённые Арабские Эмираты, Катар, Кувейт, Бахрейн и Оман, в последние годы демонстрирует устойчивую и стремительную динамику развития, всё более активно влияя на трансформацию глобального туристского пространства. Несмотря на то, что доля региона в общемировом выездном потоке остаётся относительно умеренной (около 5,6 %), темпы его прироста превышают среднемировые показатели, а покупательная способность и туристские расходы граждан ССАГПЗ превосходят аналогичные параметры многих более крупных рынков [1]. Согласно данным UN Tourism и ETC, страны ССАГПЗ входят в число наиболее перспективных источников внешнего туристского спроса. Отмечается, что регион представляет собой быстрорастущий рынок с потенциалом значимого вклада в развитие международного туризма, стимулируя диверсификацию спроса и формирование новых сегментов. Устойчивый интерес туристов сосредоточен на насыщенных, разнообразных и роскошных форматах отдыха [2]. По прогнозам Arabian Travel Market (ATM), в ближайшие пять лет выездной туризм в регионе будет расти экспоненциально, главным образом за счёт путешественников поколения X. В частности, к 2028 году на долю этого поколения будет приходиться 11,1 млрд долл. США, или 41 % от общего объёма выездного рынка Саудовской Аравии (27 млрд. долл. США). В ОАЭ ожидается аналогичная динамика: представители поколения X обеспечат 18,2 млрд. долл. США (60 % от прогнозируемого объёма рынка в 30,5 млрд долл. США) [3].

Рост выездной туристской активности в регионе обусловлен рядом макро- и микроэкономических факторов: государственная поддержка сектора: в странах GCC приняты национальные стратегии развития туризма и международной мобильности граждан (например, Saudi Vision 2030, UAE Tourism Strategy 2031), предполагающие институциональную поддержку выездного туризма; упрощение визовых режимов: расширение географии стран с безвизовым или электронным режимом въезда для граждан ССАГПЗ значительно упростило возможности выезда; высокие доходы населения и рост среднего класса: регион характеризуется устойчиво высоким уровнем ВВП на душу населения, что стимулирует потребительскую активность в сфере досуга и путешествий; молодая и мобильная демография: доля населения моложе 35 лет составляет более 60%, причём значительная часть принадлежит к цифровому поколению, предпочитающему активные и персонализированные формы туризма; развитая авиационная сеть: благодаря ведущим региональным авиакомпаниям (Emirates, Qatar Airways, Etihad) жители ССАГПЗ имеют широкие возможности для перелётов на дальние и средние расстояния; рост цифровой грамотности: проникновение технологий онлайн-бронирования и цифровых платформ позволило значительно расширить каналы приобретения туристских услуг.

Учитывая данные предпосылки, многие государства выстраивает адаптированные маркетинговые и туристские стратегии для привлечения туристов из стран ССАГПЗ. Так, Южная Корея делает ставку на привлечение обеспеченных туристов за счёт создания премиальной инфраструктуры: элитные гостиницы, медицинские кластеры, интегрированные торгово-развлекательные зоны с международными брендами, а также меры по позиционированию страны как безопасного и технологически развитого направления. Великобритания акцентирует внимание на культурной дипломатии, брендинге и образовательных возможностях: продвижение имиджа страны осуществляется через кампанию GREAT Britain, адаптацию турпродуктов на арабском языке и визовые преференции. Малайзия, в свою очередь, ориентируется на развитие халяль-туризма, соответствующего требованиям исламского образа жизни, и качественных медицинских программ [4].

Однако, наряду с позитивными тенденциями, рынок выездного туризма ССАГПЗ сталкивается с рядом структурных ограничений: geopolитическая нестабильность в отдельных регионах сдерживает спрос на некоторые направления; ограниченные сроки отпуска (в среднем 10-14 дней) формируют предпочтение к краткосрочным и логистически доступным маршрутам; высокая сезонность,



приуроченная к школьным каникулам, религиозным праздникам и климатическим условиям; визовые барьеры и административные процедуры, остающиеся в ряде государств, несмотря на усилия по либерализации.

Узбекистан рассматривает рынок стран ССАГПЗ как перспективный источник туристского спроса. В последние годы предприняты конкретные меры по его освоению: введён безвизовый режим для граждан Объединённых Арабских Эмиратов, Саудовской Аравии и Катара; расширено авиасообщение: наложены регулярные рейсы из Ташкента, Самарканда, Бухары и Ургенча в Дубай, Джидду, Доху и Эр-Рияд; разработаны специализированные туристские продукты, учитывающие культурные и религиозные особенности туристов из ССАГПЗ; Увеличено участие в туристских выставках региона, таких как Arabian Travel Market и Riyadh Travel Fair. Тем не менее, доля Узбекистана в структуре выездного турпотока из стран ССАГПЗ остаётся незначительной. Дополнительно в Узбекистане принят национальный стандарт халяль-туризма, регламентирующий требования к размещению и питанию с учётом норм исламского образа жизни. Активно ведётся подготовка арабоязычных гидов, включая специалистов, прошедших целевые программы обучения в сфере паломнического и религиозного туризма. Тем не менее, несмотря на предпринимаемые усилия, доля Узбекистана в структуре выездного туризма ССАГПЗ остаётся крайне незначительной, что подчёркивает необходимость системного анализа факторов, влияющих на туристскую мобильность региона, и выработки стратегических решений по его интеграции в приоритетные маршруты.

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью комплексного осмыслиения ССАГПЗ как устойчивого и быстрорастущего источника въездного туризма. Цель статьи – провести всесторонний анализ туристской мобильности стран Персидского залива и определить ключевые направления позиционирования Узбекистана на данном рынке с учётом конкурентной среды и специфики спроса.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

Современные исследования выездного туризма стран ССАГПЗ (Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива) демонстрируют устойчивый рост этого сегмента и его стратегическую значимость для принимающих стран, включая Узбекистан. Как отмечают Alrawadieh, Altintas и Cetin (2021), ключевыми драйверами формирования туристических потоков выступают высокий уровень доходов населения, наличие устойчивых транспортно-логистических связей, религиозная совместимость принимающей страны с исламскими традициями, а также спрос на персонализированный сервис и уникальные впечатления [4]. Исследования Stephenson (2018) и Henderson (2016) указывают на особое место халяль-туризма в системе туристских предпочтений жителей стран Залива, где важную роль играют паломничество (включая умру), отдых в соответствии с нормами шариата и высокий уровень приватности [5–6].

По данным UN Tourism (2023) и Европейской туристской комиссии (2024), туристы из стран ССАГПЗ отличаются продолжительной средней длительностью поездки, значительными расходами на одного человека и высокой чувствительностью к вопросам безопасности, визовых процедур, культурной адаптации и соответствия инфраструктуры религиозным нормам [7–8]. Кроме того, в рамках региональных прогнозов Future Market Insights (2025) и отраслевых аналитических обзоров [9–10] выделяются долгосрочные перспективы сегмента, где к 2032 году объём выездного туризма стран ССАГПЗ может достичь порядка 130 млрд долларов США [11].

Рынок демонстрирует чёткую сегментацию: медицинский, образовательный, паломнический и культурно-познавательный туризм формируют ядро спроса. Одновременно растёт интерес к индивидуализированным и премиальным туристским продуктам, которые учитывают требования к халяль-питанию, гендерно разделённым зонам отдыха, конфиденциальности и комплексному сервисному сопровождению [9].

Научная литература Узбекистана пока недостаточно глубоко изучает данный сегмент. Отсутствуют комплексные исследования поведенческих моделей туристов из стран ССАГПЗ, их мотивационных факторов, барьеров при выборе направления, а также прикладные работы по адаптации национального турпродукта к их ожиданиям. Это создает исследовательский пробел и подчёркивает необходимость проведения целевых маркетинговых исследований, разработки специализированных предложений и выстраивания устойчивой инфраструктуры, соответствующей международным стандартам халяль-туризма и ожиданиям премиального сегмента.



МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование основано на комплексном подходе с использованием количественных и качественных методов. В рамках макроанализа рассмотрены институциональные, демографические и экономические условия развития выездного туризма в странах ССАГПЗ (государственные стратегии, визовая либерализация, поддержка сектора). Для анализа спроса применён сравнительный метод, охватывающий географию поездок, поведенческие особенности и сезонность. Контент-анализ цифровых каналов продвижения (веб-сайты, соцсети, системы онлайн-бронирования) позволил оценить соответствие маркетинговых стратегий культурным ожиданиям туристов ССАГПЗ.

Дополнительно проведён экспертный опрос 80 представителей туристского бизнеса Узбекистана, специализирующихся на приёме туристов из стран Персидского залива. Целью опроса было выявление предпочтений, потребительских моделей и инфраструктурных дефицитов. Информационная база включает: отчёты UN Tourism, ETC, WTTC; исследования IMARC Group, Research Nester, FMI, CMI, Consultancy-ME; статистику UN Data, Statista, World Bank, Национального комитета по статистике и Комитета по туризму Республики Узбекистан; материалы выставок Arabian Travel Market, World Travel Market, TIF Uzbekistan. Методический инструментарий обеспечил всестороннюю оценку факторов, влияющих на привлекательность Узбекистана для туристов из стран ССАГПЗ.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Рынок выездного туризма государств ССАГПЗ демонстрирует устойчивую позитивную динамику. По оценкам IMARC Group, его объём достиг 76,4 млрд. долл. США в 2024 году и, согласно прогнозу, вырастет до 139,5 млрд. долл. к 2032 году при среднегодовом темпе прироста (CAGR) 7,9 % в 2025-2032 годах [10-11]. Лидирующую роль занимает Саудовская Аравия, генерирующая почти половину всего регионального выездного потока (около 49%) (Табл. 1).

Таблица 1: Оценка выездных туристских расходов и объёма международных поездок граждан стран ССАГПЗ (по состоянию на 2024 г.)¹

Страна	Объём выездных расходов (оценка, млрд. долл. США)	Примерное число поездок (млн. человек)	Ориентировочная доля в ССАГПЗ, %
Саудовская Аравия	~ 34,5-36,0	>10	~ 49
ОАЭ	~ 15-17	~ 4,5	~ 22-24
Катар	~ 13,5	~ 1,9	~ 19
Кувейт	~ 6,0-6,5	~1,4-1,6	~ 8-9
Оман	~3,0	~1,0	~ 4-5
Бахрейн	~ 2,5	< 1	~ 3-4

Помимо финансовых параметров, ключевое значение сохраняют количественные показатели внешнего туристского потока. Согласно прогнозу UN Tourism (Tourism Towards 2030), в 2020 году граждане стран ССАГПЗ совершили около 46 млн международных поездок, а к 2030 году этот показатель может достичь 61 млн, что свидетельствует о стабильной положительной динамике внешней туристской мобильности населения региона (Рис. 2).

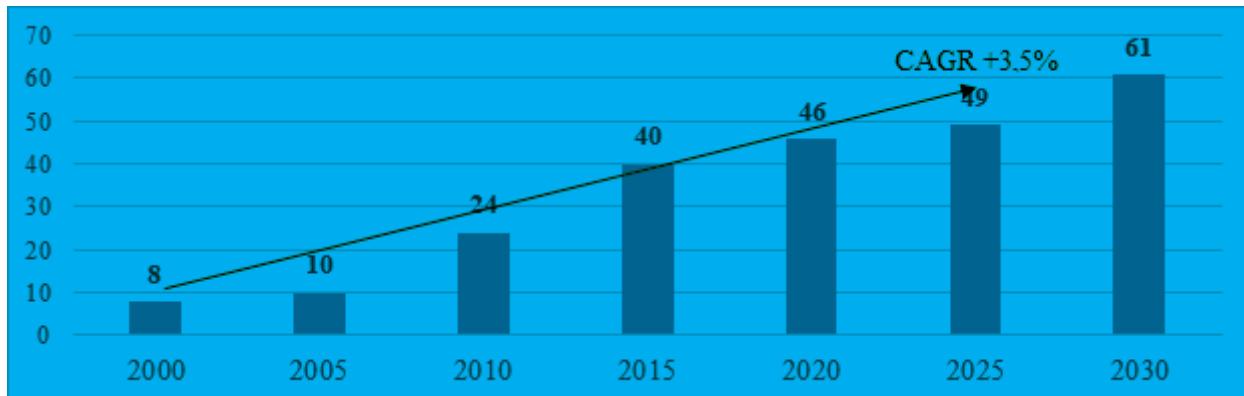


Рисунок 2. Динамика выездного туризма стран ССАГПЗ за период 2010-2030 гг., человек

¹ Источник: Составлено авторами на основе выборочной статистики международных аналитических платформ (Mastercard Economics Institute, VisitBritain, IMARC Group, Future Market Insights, EIA, ONS) и открытых данных 2024 года.



В этом контексте особенно актуальным становится анализ структуры спроса и поведенческих моделей туристов из стран ССАГПЗ. Кто составляет ядро целевой аудитории? Какие форматы туризма преобладают? Какие ценности и ожидания формируют их поведение при выборе направления, продолжительности и содержания поездки?

Рынок выездного туризма стран ССАГПЗ демонстрирует выраженную географическую сегментацию. По данным UN Tourism, около 30 % поездок совершаются внутри региона Ближнего Востока, 28,3 % – в страны Азиатско-Тихоокеанского региона (наиболее популярные направления, Таиланд, Малайзия, Сингапур, Индонезия, Китай, Индия, Австралия и др.), 17,2 % – в Европу (Великобритания, Турция, Австрия, Франция, Германия, Швейцария, Италия, Грузия и др.), 15,2 % – в Америку (США), и лишь 9 % - в Африку (Кения и Южная Африка) [12]. В последние годы фиксируется рост интереса к новым дестинациям, включая Центральную Азию и Латинскую Америку [11].

Целевую аудиторию составляют преимущественно представители поколений X, Y и Z. Молодёжь (25-45 лет) формирует около ½ выездного потока, акцентируя внимание на цифровизации, индивидуализации и впечатлениях. Мужчины составляют 64 % выездных туристов. Семейные поездки преобладают (68 %), тогда как индивидуальные и организованные – редки (5 % и 1 % соответственно). Средний состав группы – 3-4 человека, что подтверждает высокий спрос на приватные форматы [16]. Гендерный дисбаланс также значителен: мужчины составляют 64 % выездного потока, что отражает особенности распределения туристских ролей в регионе.

По продолжительности преобладают туры на 7-10 ночей (27 %) и 11-15 ночей (23 %). Долгосрочные поездки (более 16 ночей) составляют 21 %, отражая высокий уровень дохода и интерес к комплексному отдыху. Сезонная структура выездов демонстрирует выраженный пик в летние месяцы (июль-сентябрь), на которые приходится около 50 % всех поездок. Это обусловлено совпадением отпускных циклов, благоприятными климатическими условиями и школьными каникулами. Одновременно наблюдается рост межсезонного спроса (январь-март, апрель-июнь), преимущественно по религиозным, медицинским и деловым мотивам, что отражает растущую гибкость и дифференциацию туристского поведения [12].

Расходы на поездки составляют от 5 до 20 тыс. долл. США, с акцентом на комфорт, премиум-сервис и уникальные впечатления. 44 % туристов выбирают пятизвездочные отели, 37 % – четырехзвездочные. Значительная часть затрат связана с гастрономией, шопингом, персонализированными услугами и халяль-инфраструктурой. Цифровые технологии играют всё большую роль: бронирование осуществляется через мобильные приложения и AI-платформы, а онлайн-продвижение дестинаций оказывает существенное влияние на выбор направления.

Мотивационная структура выездного туризма стран ССАГПЗ отличается высокой степенью диверсификации, отражающей широкий спектр интересов и ценностных установок туристов. Наиболее востребованы следующие направления: приключенческий и экологический туризм – популярный среди поколений Y и Z, акцентируется на нестандартных и насыщенных впечатлениях. Более 80 % туристов из Саудовской Аравии и ОАЭ выбирают активные виды досуга: сафари, трекинг, этнографические маршруты, горнолыжный отдых. Согласно данным Marriott Bonvoy, 87 % туристов из ОАЭ и 82 % из Саудовской Аравии принимают во внимание экологические характеристики дестинации при её выборе [13-14]; медицинский туризм развивается при институциональной поддержке, особенно в Катаре и ОАЭ. Наибольшим спросом пользуются страны, сочетающие высокий уровень медицинских услуг, культурную и религиозную совместимость, а также визовую доступность – в числе таких направлений: Турция, Иордания, Южная Корея, Германия, Малайзия [15]; образовательный туризм претерпевает трансформацию: от традиционных долгосрочных программ (Великобритания, США, Россия, Малайзия) к краткосрочным академическим визитам, программам обмена и поездкам в исламские историко-религиозные центры, соответствующим духовно-культурным приоритетам региона; культурно-познавательный туризм стабильно удерживает лидирующие позиции. Туристы из стран ССАГПЗ демонстрируют устойчивый интерес к достопримечательностям, музеям и экспозициям, архитектурным памятникам и локальным культурным практикам, при этом приоритетом остаются высокий уровень комфорта, приватность и персонализированный сервис [13]. В таблице 2 представлена обобщённая сегментация туристов из стран ССАГПЗ (Табл. 2).



Таблица 2: Поведенческие особенности и туристские предпочтения поколений в странах Персидского залива²

Поколение	Возрастной диапазон	Поведенческие характеристики	Предпочтения по видам туризма	Формат путешествий	Каналы выбора и бронирования
Бэби-бумеры	60+ лет	Устойчивость, ориентация на комфорт, высокие требования к безопасности	Оздоровительный, культурно-познавательный, религиозный	Семейные поездки, с сопровождением, туры по заранее заданному маршруту	Туроператоры, онлайн-агентства, бронирование через ассистентов
Поколение X	45–60 лет	Рациональность, стабильность, ценность уединения и сервисного качества	Религиозный, культурный, оздоровительный, комбинированные туры	Семейный и парный формат, индивидуальные туры высокого класса	Агентства, онлайн-бронирование через проверенные платформы
Поколение Y (миллениалы)	30–44 года	Цифровая грамотность, стремление к впечатлениям, гибкость в выборе маршрута	Приключенческий, медицинский, гастрономический, этнический	Индивидуальные или малые группы, короткие, насыщенные поездки	OTA, мобильные приложения, рекомендации в соцсетях
Поколение Z	18–29 лет	Высокая мобильность, экологическая осознанность, ориентация на личный опыт	Экологический, образовательный, этнотуризм, digital detox	Поездки с друзьями, студенческие обмены, краткосрочные визиты	AI-сервисы, тревел-боты, соцсети, инфлюенсеры

Рост внешней мобильности, высокая платёжеспособность и мотивационное разнообразие делают рынок стран ССАГПЗ одним из наиболее привлекательных для принимающих государств. В этой связи ключевым становится вопрос: как Узбекистан может интегрироваться в данную структуру спроса и преобразовать её в устойчивый въездной поток?

По данным Национального комитета Республики Узбекистан по статистике за период 2014–2024 годы въездной турпоток из стран ССАГПЗ в Узбекистан демонстрировал устойчивую положительную динамику. С 5 тыс. визитов в 2014 году показатель увеличился до 11,7 тыс. в 2024 году, а в первом полугодии 2025 года превысил 6,1 тыс. Среднегодовой темп роста составил 8,66 %, при этом наибольший прирост пришёлся на 2022–2024 гг. благодаря визовой либерализации, расширению авиаобщения и продвижению на ближневосточных туристских площадках. Однако доля Узбекистана в общем выездном потоке ССАГПЗ остаётся крайне низкой – 0,048 % в 2024 году (менее одного туриста на 2000 выезжающих). В структуре въездного туризма республики ССАГПЗ занимают лишь 0,17 %, при высокой зависимости от ограниченного круга стран-источников (Табл. 3).

Таблица 3: Динамика въездного туризма из стран ССАГПЗ в Узбекистан и его доля в общем въездном потоке (2014–2024 гг)³

Год	Въезд из стран ССАГПЗ, чел.	Въездной поток, чел.	Доля стран ССАГПЗ в общем въездном потоке, %
2014	5133	1 902 544	0,27
2015	5738	1 969 558	0,29
2016	5443	2 027 035	0,26
2017	5200	2 690 074	0,19
2018	3044	5 346 219	0,09
2019	4735	6 748 512	0,11
2020	999	1 504 126	0,08

2 Источник: Составлено авторами.

3 Источник: Составлено авторами на основе данных Национального комитета Республики Узбекистан по статистике



2021	3495	1 881 345	0,09
2022	4780	5 232 781	0,13
2023	9009	6 626 302	0,16
2024	13798	8 200 000	0,17

Лидером по числу визитов стабильно выступают Объединённые Арабские Эмираты – в 2024 году их доля в совокупном потоке туристов из стран ССАГПЗ в Узбекистан составила 44,8 % (5 271 человек из 11 774). На втором месте – Саудовская Аравия с показателем 4121 человек, или 35,0 % от общего потока. Значительно меньшие, но постепенно растущие объёмы обеспечивают Оман (872 человек, 7,4 %), Катар (743; 6,3 %) и Кувейт (476; 4,0 %). Бахрейн, несмотря на относительное увеличение визитов, по-прежнему занимает последнюю позицию с 291 туристом, что составляет лишь 2,5 % от общего потока.

Анализ целей въезда туристов из стран ССАГПЗ показывает, что преобладает категория «отдых и досуг» (75–79 %), включая культурно-познавательные, религиозные и гастрономические интересы. Сегмент демонстрирует устойчивость и восстановился после пандемии. Второе место стабильно занимает цель «посещение родственников» (13–15 %), отражающая культурную и духовную близость. Растёт интерес к: медицинскому туризму – с 20 до 290 визитов (2020–2024), прирост +140 %, особенно из Кувейта, Омана и Катара; образовательным визитам – с 12 до 200 въездов за тот же период (рост в 16 раз), включая краткосрочные и религиозные программы; деловым поездкам – с 95 визитов в 2021 году до 405 в 2024 году, что подтверждает интерес к взаимодействию в рамках исламского мира и инвестиционной дипломатии.

Для восполнения пробелов в официальной статистике был проведён опрос 80 представителей туристского бизнеса Узбекистана, работающих с туристами из стран Персидского залива. По его результатам, наибольшим спросом пользуются поездки в Самарканд, Бухару и Хиву, с акцентом на культурные, религиозные и гастрономические форматы. Туристы предпочитают размещение в отелях 4-5 звёзд с халльяль-сервисом, приватностью и индивидуализированным обслуживанием. Средние расходы на поездку составляют 2000–3500 долл. США, в зависимости от страны происхождения и типа тура. Наиболее активны поколения X и Y (30–55 лет), ориентированные на комфорт и насыщенную программу. Поколение Z также демонстрирует интерес, преимущественно в составе семей или в рамках краткосрочных визитов. При этом респонденты отметили ключевые дефициты инфраструктуры: недостаточную халльяль-ориентированность; нехватку интерактивных религиозных маршрутов и кулинарных программ; слабое развитие сезонных предложений в горных регионах; ограниченное число арабоязычных гидов (всего около 85 специалистов).

Для наглядного сопоставления масштабов, динамики и характерных признаков спроса представим сравнительную таблицу, отражающую основные различия между выездным туризмом стран ССАГПЗ и его текущим отражением во въездном потоке в Узбекистан (Табл. 4)

Таблица 4: Сравнение: выездной поток GCC / въездной поток в Узбекистан

Характеристика	Выездной поток GCC	Въездной поток в Узбекистан
Объём расходов	\$75–81 млрд в 2024/25	≈ \$2–4 млн при \$2000–3500 на поездку
Динамика	CAGR ~7,8–7,9 % (прогноз до 2032–34)	CAGR ~8,7 %
Доля рынка	100 % как исходная аудитория	0,048 % от всех выездов
Основные мотивации	Leisure, education, medical, pilgrimage	Leisure >75 %, родственники ~14 %, медицина и образование растут

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Рынок выездного туризма стран ССАГПЗ развивается динамично: его объём в 2024–2025 годы оценивается в 75–81 млрд. долл. США, с прогнозом удвоения до 138–140 млрд. долл. к 2032–2034 годам при стабильном CAGR 7,8–7,9 %. Основной спрос формируется обеспеченными туристами поколений X и Y, предлагающими индивидуальный подход, высокий уровень сервиса, религиозную совместимость и цифровую доступность. Въездной поток в Узбекистан из этого региона показывает положительную динамику (CAGR — 8,66 %), однако занимает незначительную долю – лишь 0,048 % от общего числа зарубежных поездок из стран ССАГПЗ. Несмотря на рост, Узбекистан сохраняет периферийный статус в туристской географии региона. Основной мотив въездов – отдых и досуг, на втором месте – семейные визиты; на фоне стабильного интереса растут сегменты медицинского, образовательного и делового туризма.



Для выхода на новый уровень взаимодействия с рынком стран ССАГПЗ Узбекистану необходимо:

1. Развивать халяль-инфраструктуру и сервисы приватности: усиление стандартов размещения, питания и обслуживания в соответствии с требованиями исламского образа жизни (halal-friendly, private-oriented), расширение сети сертифицированных объектов и подготовка арабоязычных специалистов.
2. Сегментировать продвижение приоритетных видов туризма: акцент на культурно-познавательные, медицинские, образовательные, гастрономические и паломнические маршруты с высокой добавленной стоимостью, адаптированные под поведенческие установки поколений X, Y и Z.
3. Активизировать цифровой маркетинг на арабоязычных платформах: продвижение в социальных сетях, мобильных приложениях и AI-бронирований, с адаптацией контента под культурные ожидания и визуальные предпочтения аудитории стран ССАГПЗ.
4. Расширить межсезонный продукт: разработка зимних, лечебно-оздоровительных и горных предложений на периоды вне основного сезона, с учётом ограниченных отпусков и климатических предпочтений туристов ССАГПЗ.
5. Укреплять партнёрство с региональными туроператорами: расширение участия в международных выставках (ATM, ILTM Arabia, WTM), установление контрактных связей с ключевыми игроками ближневосточного туристского рынка, а также поддержка совместных маркетинговых программ.
6. Усилить подготовку кадров: гидов, туроператоров, персонала сферы размещения и приёма с владением арабским языком, включая внедрение профильных образовательных программ и курсов переподготовки.

На наш взгляд, реализация данных рекомендаций позволит Узбекистану занять более устойчивое и заметное место в структуре выездного туризма стран ССАГПЗ, трансформируя текущую периферийную позицию в целенаправленную и стратегически значимую дестинацию.

Список использованной литературы:

1. Trends, Growth, and Opportunity Analysis of Outbound Tourism in GCC Countries URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/gcc-outbound-tourism-industry-analysis-and-forecast> (дата обращения: 30.07.2025).
2. TC & UN Tourism. GCC Outbound Travel Market Overview. URL: <https://etc-corporate.org/event/etc-unwto-webinar-gulf-cooperation-council-gcc-outbound-travel-market> (дата обращения: 01.08.2025).
3. ATM 2024 Highlights Preferences Of GCC Outbound Travellers // <https://www.wam.ae/en/article/b1j0s-la-atm-2024-highlights-preferences-gcc-outbound> (дата обращения: 01.08.2025).
4. Alrawadih Z., Altintas V., Cetin G. Outbound tourism from the Gulf Cooperation Council (GCC) countries: Current trends and future prospects // Tourism Review. 2021. Vol. 76(4). P. 961-975. DOI: 10.1108/TR-03-2020-0119.
5. Stephenson M. Deciphering 'Islamic' leisure: Perspectives on travel, halal tourism and umrah practices // International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage. 2018. Vol. 6(2). P. 9-23.
6. Henderson J. C. Halal tourism: Is it really halal? // Tourism Recreation Research. 2016. Vol. 40(2). P. 223–233. DOI: 10.1080/02508281.2015.1108131.
7. UN Tourism. Global Tourism Trends Report 2023. URL: <https://www.unwto.org/global-tourism-dashboard> (дата обращения: 30.07.2025).
8. European Travel Commission. Exploring Consumer Travel Attitudes in the GCC Region. 2024. URL: <https://etc-corporate.org/reports> (дата обращения: 30.07.2025).
9. Future Market Insights. GCC Outbound Tourism Market Outlook (2025–2033). URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/gcc-outbound-tourism-industry-analysis-and-forecast> (дата обращения: 30.07.2025).
10. GCC Outbound Travel: Country Strategies // Consultancy-me.com. URL: <https://www.consultancy-me.com/news/9896/gccs-outbound-travel-market-set-for-strong-growth> (дата обращения: 30.07.2025).
11. Saudi Arabia, UAE, Qatar, Oman, Bahrain, and Kuwait Set to Dominate GCC Outbound Tourism, Driving Market Growth to Nearly USD One Hundred Thirty Billion by 2032 // <https://www.travelandtourworld.com/news/article/saudi-arabia-uae-qatar-oman-bahrain-and-kuwait-set-to-dominate-gcc-outbound-tourism-driving-market-growth-to-nearly-usd-one-hundred-thirty-billion-by-2032>.
12. UNWTO. The Gulf Cooperation Council (GCC) Outbound Travel Market with Special Focus on Europe as a Tourism Destination. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420131>.
13. GCC's Outbound Tourism Set To Double In Ten Years. URL: <https://rihlatravelnews.com/destinations/middle-east/gccs-outbound-tourism-set-to-double-in-ten-years>.
14. GCC Outbound Travel and Tourism Market 2025–2033: Trends & Future Outlook. URL: <https://vocal.media/journal/gcc-outbound-travel-and-tourism-market-2025-2033-trends-and-future-outlook>
15. GCC Outbound Travel and Tourism Market Size, Share, Trends and Forecast by Tourism Type, Spending Type, Age Group, Booking Method, and Country, 2025-2033. URL: <https://www.imarcgroup.com/gcc-outbound-travel-tourism-market>.
16. <https://www.researchnester.com/reports/gcc-outbound-travel-and-tourism-market/3200#market-size>
17. Узбекистан вводит безвизовый режим для трех стран Персидского залива // <https://nuz.uz/2025/05/20/uzbekistan-vvodit-bezvizovyy-rezhim-dlya-treh-stran-persidskogo-zaliva>.
18. Президент Узбекистана предложил увеличить срок безвизового режима для стран Персидского залива // <https://www.gazeta.uz/ru/2025/04/09/visa-free>.



19. Узбекистан и Кувейт определили перспективные направления сотрудничества в туризме // <https://news.mail.ru/politics/66975533>.
20. Узбекистан и Бахрейн укрепляют сотрудничество в сфере туризма // <https://seredina.asia/n/512758>.
21. Сотрудничество Центральной Азии и арабских стран персидского залива: усилия по развитию отношений и приоритеты на будущее // https://imrs.uz/publications/articles-and-abstracts/markaziy_Osiyo.
22. Узбекистан и ОАЭ укрепляют культурные связи и туристическое сотрудничество // https://uza.uz/ru/posts/uzbekistan-i-aoe-ukrepliyayut-kulturnye-svyazi-i-turisticheskoe-sotrudnichestvo_648678.
23. Обсуждены вопросы совместного продвижения туризма с Саудовской Аравией // <https://nuz.uz/2023/10/17/obsuzhdeny-voprosy-sovmestnogo-prodvizheniya-turizma-s-saudovskoj-araviej>.
24. Выездной туризм стран ССАГПЗ демонстрирует устойчивый рост: объём рынка оценивается в \$75–81 млрд в 2024–2025 гг., а к 2032–2034 гг. может удвоиться до \$138–140 млрд при среднегодовом приросте 7,8–7,9 %. Основной спрос формируют поколения X и Y, ориентированные на комфорт, халяль-сервис и персонализированные форматы отдыха.
25. Въездной поток в Узбекистан из стран ССАГПЗ также растёт (CAGR — 8,66 %), но его масштаб остаётся незначительным: лишь 0,048 % от общего выездного потока региона. Основные цели визитов — отдых и досуг, посещение родственников; наблюдается рост интереса к медицинскому, образовательному и деловому туризму.

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2025. № 8

© Materiallar ko'chirib bosinganda "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosingan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100