



## ВЛИЯНИЕ ШОПИНГ-ТУРИЗМА НА ГЛОБАЛЬНУЮ И МЕСТНУЮ ЭКОНОМИКУ

Научный руководитель: Старший преподаватель кафедры туризм

**Усманова Азизахон Фазыловна**

Ташкентского международного университета Киме г.Ташкент Узбекистан

[azizahonusmanova71@gmail.com](mailto:azizahonusmanova71@gmail.com)

Автор статьи: **Абдурахманова Комила Рахимовна**

студентка –Ташкентского международного университета Киме г.Ташкент

Узбекистан

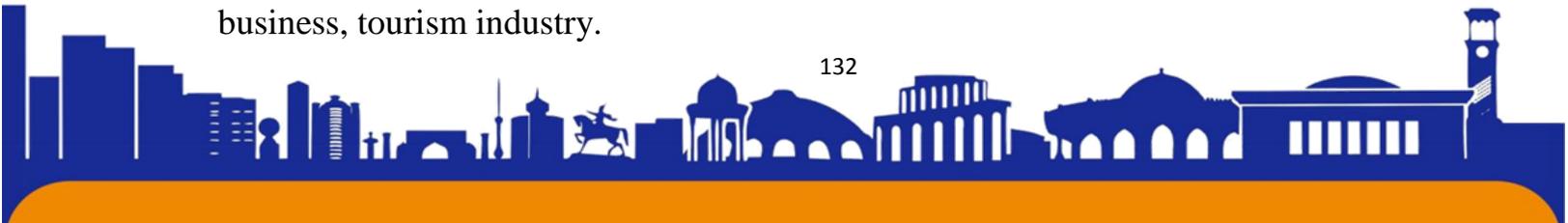
**Аннотация.** В данной научной статье рассматривается влияние шопинг-туризма на местную экономику. Шопинг-туризм, как важный сегмент туристической индустрии, играет значительную роль в экономическом развитии многих городов и регионов. Статья анализирует различные аспекты шопинг-туризма и его влияние на создание рабочих мест, увеличение доходов и стимулирование экономического роста. Также в статье представлены рекомендации по улучшению практик шопинг-туризма для дальнейшего улучшения местной экономики.

**Ключевые слова:** туризм, шопинг, экономика, инновации, шопинг-туризм, бизнес, туристическая индустрия.

## THE IMPACT OF SHOPPING TOURISM ON THE GLOBAL AND LOCAL ECONOMY

**Abstract.** This scientific article examines the impact of shopping tourism on the local economy. Shopping tourism, as an important segment of the tourism industry, plays a significant role in the economic development of many cities and regions. The article analyzes various aspects of shopping tourism and its impact on job creation, income growth and stimulating economic growth. The article also provides recommendations for improving the practice of shopping tourism to further improve the local economy.

**Keywords:** tourism, shopping, economics, innovation, shopping tourism, business, tourism industry.





## SHOPPING TURIZMINING GLOBAL VA MAHALLIY IQTISODIYOTGA TA'SIRI.

**Annotatsiya.** Ushbu ilmiy maqola xarid qilish turizmining mahalliy iqtisodiyotga ta'sirini o'rganadi. Shopping turizmi turizm industriyasining muhim segmenti sifatida ko'plab shahar va tumanlarning iqtisodiy rivojlanishida muhim o'rin tutadi. Maqolada xarid qilish turizmining turli jihatlari va uning ish o'rinlari yaratish, daromadlarni oshirish va iqtisodiy o'sishni rag'batlantirishga ta'siri tahlil qilinadi. Maqolada, shuningdek, mahalliy iqtisodiyotni yanada yaxshilash uchun xarid qilish turizmi amaliyotini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar berilgan.

**Kalit so'zlar:** turizm, xarid qilish, iqtisodiyot, innovatsiyalar, xarid qilish turizmi, biznes, turizm sanoati.

### ВВЕДЕНИЕ

**Шопинг-туризм** — это вид туризма, который включает в себя посещение магазинов и торговых центров в качестве одной из основных целей путешествия. Это может включать в себя как покупку товаров для личного использования, так и покупку сувениров и подарков для друзей и родственников. Шопинг-туризм может быть основной целью путешествия или дополнительной активностью во время отдыха или деловой поездки [1].

**Целью научной статьи** является исследование влияния шопинг-туризма на местную экономику и глобальную экономику, анализ стратегий и практик шопинг-туризма.

Шопинг-туризм составляет важную часть от общего числа туристических поездок и приносит в глобальную экономику важный вклад, который отображается в следующих статистиках:

**Вклад в ВВП:** Туризм вносит значительный вклад в мировой ВВП. В 2023 году прогнозируется, что сфера туризма внесет 9 472,5 млрд долларов США в мировой ВВП, что составляет 23,3% от общего числа.

**Создание рабочих мест:** Туризм также создает множество рабочих мест. В 2023 году ожидается, что в сфере туризма будет 319,6 млн рабочих мест, что составляет 8,2% от общего числа.

**Экспорт туристических услуг:** Экспорт туристических услуг также важен для экономики. В 2023 году прогнозируется, что экспорт туристических услуг





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

составит 1 361,9 млрд долларов США, что составляет 23,0% от общего объема экспорта товаров и услуг.

**Расходы на путешествия:** Расходы на путешествия также важны для экономики. В 2023 году ожидается, что расходы на путешествия с целью отпуска, досуга и отдыха составят 4 894,4 млрд долларов США, что составляет 17,9% от общего объема расходов на услуги и товары [2].

### **Преимущества шоппинг туризма**

Шоппинг туризм – это путешествие, во время которого основной акцент делается на шоппинге. Этот вид туризма становится все более популярным, и у него есть несколько преимуществ, которые привлекают туристов.

**Разнообразие товаров и брендов.** Одним из главных преимуществ шоппинг туризма является возможность покупать товары и бренды, которые могут быть недоступны в родной стране. Вы можете найти уникальные предметы, редкие коллекции и эксклюзивные товары, которые добавят особый шарм вашей коллекции или гардеробу.

**Экономия денег.** Шоппинг туризм также может быть выгодным с финансовой точки зрения. В некоторых странах цены на товары могут быть значительно ниже, чем в вашей родной стране. Это особенно относится к товарам, которые облагаются высокими налогами или импортными пошлинами в вашей стране. Путешествуя за покупками, вы можете сэкономить деньги и приобрести больше товаров за ту же сумму.

**Открытие новых мест.** Шоппинг туризм также предоставляет возможность открыть для себя новые места и культуры. Вы можете посетить различные города и страны, исследовать их уличные рынки, торговые центры и бутики. Это позволяет вам погрузиться в местную атмосферу, попробовать местную кухню и узнать больше о местных традициях и обычаях.

**Отдых и развлечения.** Шоппинг туризм также может быть отличным способом отдохнуть и развлечься. Многие торговые центры предлагают различные развлечения, такие как кинотеатры, рестораны, аквапарки и даже катание на лыжах. Вы можете сочетать шоппинг с другими видами развлечений и наслаждаться полноценным отдыхом во время своего путешествия [3].

В целом, шоппинг туризм предлагает множество преимуществ, включая доступ к разнообразным товарам и брендам, экономию денег, возможность





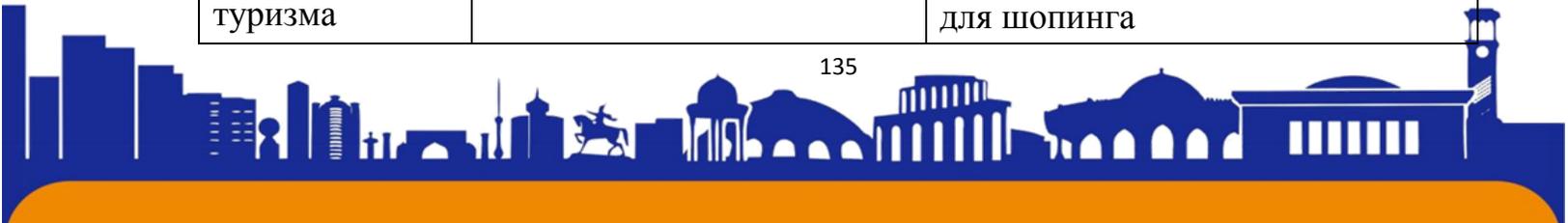
ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

открыть новые места и насладиться отдыхом и развлечениями. Этот вид туризма становится все более популярным, и многие люди выбирают его в качестве способа провести свой отпуск или выходные.

**Таблица 1.**

Сравнительная таблица шопинг туризма

| Аспект                                    | Определение  | Свойства  |
|---|--|---|
| Популярные направления для шопинг-туризма | Милан, Париж, Нью-Йорк, Токио, Дубай и другие модные столицы мира.               | <ul style="list-style-type: none"> <li>— Известные магазины и бутики</li> <li>— Разнообразие товаров и брендов</li> <li>— Скидки и акции для туристов</li> </ul>  |
| Преимущества шопинг туризма               | Расширение гардероба, покупка уникальных товаров, экономия на скидках и налогах. | <ul style="list-style-type: none"> <li>— Возможность приобрести товары по более низким ценам</li> <li>— Получение уникальных предметов и сувениров</li> <li>— Опыт погружения в местную культуру и стиль жизни</li> </ul> |
| Развитие шопинг туризма в мире            | Рост популярности шопинг туризма, развитие торговых центров и магазинов.         | <ul style="list-style-type: none"> <li>— Увеличение числа туристов, приезжающих для шопинга</li> <li>— Развитие инфраструктуры для шопинг-туризма</li> <li>— Увеличение объема продаж в магазинах</li> </ul>              |
| Влияние шопинг туризма на экономику       | Повышение доходов магазинов, рост туристического сектора, создание рабочих мест. | <ul style="list-style-type: none"> <li>— Увеличение объема продаж в магазинах</li> <li>— Рост доходов от туризма</li> <li>— Создание новых рабочих мест</li> </ul>  |
| Будущее шопинг туризма                    | Прогнозы роста популярности шопинг   | <ul style="list-style-type: none"> <li>— Ожидается увеличение числа туристов, приезжающих для шопинга</li> </ul>  |





|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>туризма и развития новых направлений.</p> | <p>— Развитие новых направлений и магазинов</p> <p>— Инновации в сфере шоппинг туризма</p> |
|--|--|--|

**Шоппинг туризм имеет значительное влияние на экономику**, как на местном, так и на глобальном уровне. Вот некоторые из основных аспектов, которые следует учитывать:

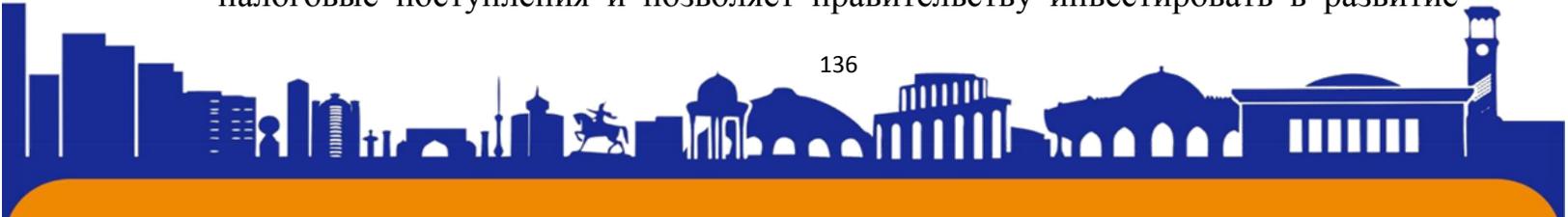
— **Рост розничной торговли.** Путешественники, приезжающие с целью шоппинга, часто тратят большие суммы денег на покупки. Это способствует росту розничной торговли в посещаемых регионах и странах. Магазины, торговые центры и рынки получают дополнительные доходы от туристов, что способствует развитию бизнеса и созданию новых рабочих мест.

— **Увеличение доходов от туризма.** Шоппинг туризм является одним из факторов, способствующих увеличению доходов от туризма. Путешественники, приезжающие с целью шоппинга, тратят деньги на проживание, питание, транспорт и другие услуги, что влияет на экономику места назначения. Это позволяет увеличить доходы от туризма и инвестировать их в развитие инфраструктуры и туристических объектов.

— **Создание новых рабочих мест.** Развитие шоппинг туризма способствует созданию новых рабочих мест в сфере розничной торговли. Магазины, торговые центры и рынки нанимают дополнительный персонал для обслуживания путешественников. Это создает новые возможности для трудоустройства и улучшает экономическую ситуацию в регионе.

— **Стимулирование развития местных производителей.** Шоппинг туризм может стимулировать развитие местных производителей и ремесленников. Путешественники, ищущие уникальные и аутентичные товары, могут предпочитать покупать у местных производителей. Это способствует сохранению традиций и культурного наследия, а также помогает местным предпринимателям развивать свой бизнес.

— **Увеличение налоговых поступлений.** Путешественники, тратящие деньги на шоппинг, вносят налоги в местный бюджет. Это увеличивает налоговые поступления и позволяет правительству инвестировать в развитие





экономики и социальные программы. Таким образом, шоппинг туризм способствует улучшению финансового положения региона и благополучию его жителей [4].

### **Будущее шоппинг туризма**

Шоппинг туризм является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов туристической индустрии. С каждым годом все больше людей становятся заинтересованы в путешествиях, связанных с шоппингом, и это создает новые возможности для развития этой отрасли.

Шоппинг-туризм может быть эффективно использован для стимулирования местной экономики. *Во-первых*, можно разработать стратегии для привлечения шоппинг-туристов, такие как организация тематических торговых фестивалей и событий. *Во-вторых*, можно улучшить инфраструктуру и удобства для шоппинга, чтобы обеспечить комфортное и приятное пребывание туристов. *В-третьих*, можно проводить маркетинговые кампании для продвижения местных товаров и услуг, чтобы стимулировать потребление и увеличить продажи [5].

С развитием технологий и интернета шоппинг туризм становится все более доступным и удобным. Онлайн-магазины и платформы для сравнения цен позволяют путешественникам искать и покупать товары из любой точки мира. Также развиваются виртуальные туры по магазинам, которые позволяют людям погрузиться в атмосферу шоппинга, не выходя из дома. В будущем можно ожидать еще большего использования технологий для улучшения опыта шоппинг туризма [6].

С ростом осознанности о проблемах окружающей среды и социальной ответственности, шоппинг туризм также будет развиваться в направлении устойчивого развития. Все больше путешественников будут искать магазины и бренды, которые придерживаются принципов экологической и социальной ответственности. Также возможно развитие экологически чистых и этических магазинов, где будут продаваться товары, произведенные с минимальным воздействием на окружающую среду и с соблюдением прав работников.

В будущем шоппинг туризм может стать еще более персонализированным. С помощью аналитики данных и искусственного интеллекта магазины смогут предлагать путешественникам товары, соответствующие их предпочтениям и интересам. Также возможно развитие индивидуальных шоппинг-туров, где гиды





будут помогать путешественникам находить и покупать товары, исходя из их индивидуальных потребностей.

В целом, будущее шоппинг туризма обещает быть захватывающим и инновационным. С развитием технологий, устойчивого развития и персонализации опыта, шоппинг туризм будет продолжать привлекать все больше людей и оставаться важным сегментом туристической индустрии [7].

### **Заключение**

Шоппинг туризм – это форма туризма, в которой основной целью поездки является шоппинг и покупка товаров. Он становится все более популярным в мире, благодаря возможности приобретения уникальных товаров, эксклюзивных брендов и выгодным ценам. Шоппинг туризм также оказывает значительное влияние на экономику, способствуя развитию розничной торговли и туристической индустрии. Для успешного шоппинг туризма важно правильно планировать поездку, искать информацию о лучших магазинах и скидках, а также быть готовым к большим толпам и длительным прогулкам. В будущем шоппинг туризм будет продолжать развиваться, предлагая новые возможности и впечатления для путешественников.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. World Travel & Tourism Council (2019). Travel & Tourism Impact 2019. Retrieved from: <https://wtcc.org/Research/Economic>
2. Tovmasyan. G.R. (2017). Fashion industry and shopping tourism. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, 1-3, 80-83.
3. Del Rio-Chanona, R.R., Mealy, P., Pichler, A., Lafond, F., Farmer, D. (2020). Supply and demand shocks in the COVID-19 pandemic: an industry and occupation perspective. 1-38.
4. Lee, J.S., Choi, M. (2020). Examining the asymmetric effect of multi-shopping tourism attributes on overall shopping destination satisfaction. Journal of Travel Research, 59(2), 295-314.
5. Navratilova, M., Beranova, M., Hrbek I., Broz D. (2019). Alternative food networks as a toll influencing young consumers' purchasing decision-making. In: Tomsik, K. (Eds.), Proceedings of the Agrarian Perspectives XXVIII (pp. 226-232). Prague: Agrarian Perspectives Series.





**ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5**

6. Prochazka, J., Cejopva, I., Smekalova, T. (2019). Economic results of social farms in the czech republic. In: Tomsik, K. (Eds.), Proceedings of the Agrarian Perspectives XXVIII (pp. 208-2017). Prague: Agrarian Perspectives Series.

7. Kral, P., Janoskova, K. (2020). Consumer perception of global branded products quality. In: Kliestik, T. (Eds.) 19th International Scientific Conference Globalization and Its Socio- Economic Consequences - Sustainability in the Global-Knowledge Economy (Article Number 01018). Rajecké Teplice: SHS Web of Conferences.

