

ЛИТЕРАТУРА

1. Галий Е.А. Анализ надежности и инвестиционной привлекательности коммерческого банка. Автореф. дисс. на дунёсоиск. уч. ст. к.э.н. – Санкт – Петербург, 2003.– 20 с
2. O`zbekiston Respublikasi “Banklar va bank faoliyati to`g`risida”gi Qonun / www.lex.uz
3. Abdukurimova D.R. Bank kreditlari garov ta`minotini baholash . Monografiya – T.: «Iqtisod–Moliya», 2016

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

О.К. Худайбердиева

г.Бухара, Узбекистан

Бухарский инженерно–технологический институт

В рамках инвестиционного механизма развития туризма в стране разработаны методологические основы использования туристической ренты как источника развития туризма в Узбекистане, методологические подходы к разработке финансовой стратегии развития туризма, методологические основы государственно–частного партнерства. Кроме того, была предложена схема предоставления государственных гарантий туристическому сектору путем создания государственно–акционерного консорциума по кредитованию и страхованию инвестиций.

Ключевые слова: финансовый механизм, индустрия туризма, аренда туристов, инвестиционный механизм, индустрия туризма, экстраполяция.

IMPROVEMENT OF FINANCIAL MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

O.K. Khudaiberdieva

Bukhara, Uzbekistan

Bukhara Engineering and Technological Institute

Within the framework of the investment mechanism for tourism development in the country, methodological foundations for the use of tourist rent as a source of tourism development in Uzbekistan, methodological approaches to the development of a financial strategy for tourism development, methodological foundations of public–private partnership have been developed. In addition, a scheme was proposed to provide state guarantees to the tourism sector by creating a state–owned consortium for lending and investment insurance.

Keywords: financial mechanism, tourism industry, tourist rental, investment mechanism, tourism industry, extrapolation.

Принимая во внимание роль и значение индустрии туризма для рыночных изменений, мы с сожалением отмечаем, что экономические и политические реформы, проведенные в стране, не только помогли устранить существующие недостатки и дисбалансы в сфере туризма Узбекистана, но и привели к возникновению новых проблем. Этап перехода к рыночным отношениям характеризовался локализацией кризисных тенденций в туристической отрасли Узбекистана: снижением выездного туризма и, как следствие, ухудшением позиций Узбекистана в международной туристической системе.

Uzbekistan tourism опубликовала данные о туристическом потоке за первое полугодие 2015 года, которые показали снижение выездного туризма на 33,8 процента. В

туристической индустрии Узбекистана это падение было названо рекордным за последние 10 лет. Согласно статистике, опубликованной Узбекистаном, в первом полугодии 2015 года за границу выехало на 33,8% меньше узбекских туристов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. По словам пресс-секретаря комитета по туризму Узбекистана, спад был самым большим за последние 10 лет. "Мы отслеживаем статистику туризма с 1995 года. Даже в кризис 1998 года не было такого сильного падения (тогда выезд в туристических целях сократился на 24,4%) или в 2009 году (минус 22,6%)", – цитирует "Интерфакс". Согласно обновленной статистике, общий объем поездок граждан Республики Узбекистан за рубеж в первом полугодии 2015 года составил 16,4 млн поездок, что на 24% меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, поездки с целью туризма сократились на 33,8%, до 5,4 млн поездок. По словам комитета по туризму, участники рынка оценивают снижение их объема на 30–50% из-за кризиса и ослабления суммы. Кроме того, в мае – июне 2015 года участники рынка зафиксировали снижение выездного туризма практически по всем направлениям, за исключением египетского маршрута, который показал рост на 14%. Поток узбеков в Турцию значительно сократился: в мае 2015 года падение составило 28%, а в июне – 19% по сравнению с соответствующими периодами прошлого года.

Ограничение спроса оказывает значительное влияние на развитие индустрии туризма в Узбекистане. Согласно мировому опыту, реальная возможность участия общественности в путешествиях возникает только при наличии определенного уровня потребления на душу населения. Уровень доходов массового потребителя Узбекистана создает большинство туристических услуг, которые ему недоступны. Глубокий спад выездного туризма во многом обусловлен этой причиной. Рост въездного туризма не противоречит этому утверждению, но свидетельствует о высоком уровне доходов в обществе.

За последние тридцать лет количество туристов в мире увеличилось почти в 4 раза, а доходы от мирового туризма выросли более чем в 25 раз. Согласно прогнозам Всемирной туристской организации, согласно отчетам за 2019 год, Узбекистан входит в список 20 стран мира с растущим потоком туристов. По состоянию на 2020 год количество международных туристических поездок составляет 1 миллиард 602 миллиона, а доходы от туризма достигают 2,0 триллиона долларов. В 2019 году республику посетило на 27,3% больше туристов, чем в предыдущем году, и с этим показателем Узбекистан занял четвертое место. Он всего на шесть процентов отстал от Ирана, занявшего третье место, на ноль целых десятых. В 2022 году в Узбекистане за границу выехало 5,1 миллиона человек. Число туристов из Узбекистана за год удвоилось и составило 5,16 миллиона человек. Самыми популярными направлениями для путешествий были Кыргызстан, Казахстан и Таджикистан.

Было отмечено, что в 2022 году 5,16 миллиона узбеков (в 2,35 раза больше, чем в 2021 году) выехали за пределы страны. В 2020 году число людей, покинувших страну во время пандемии COVID-19, составило чуть более 2 миллионов.

Наибольшее количество поездок пришлось на третий квартал года, когда более 1,8 миллиона граждан Узбекистана выехали на остров. Самый низкий показатель был зафиксирован в первом квартале – 716 тысяч человек.

Несмотря на относительный рост, число туристов из Узбекистана остается значительно ниже, чем до пандемии. В 2019 году число людей, покидающих Узбекистан, достигло 8,5 миллионов человек.

Главной целью зарубежных поездок было отправление на истребление родственников – более 4,27 миллиона человек, что составляет 82% узбеков, выехавших за границу. 683,8 тыс. граждан покинули Узбекистан с целью отдыха и рекреации. Далее следуют поездки с учебными (143,6 тыс. человек), лечебными (44,7 тыс.) и трудовыми (15,2 тыс.) целями.

Туристический рынок является неотъемлемой частью национального и мирового рынка. В структуре розничного товарооборота на современном узбекском рынке более половины занимают импортные товары. На мировом рынке Узбекистан потерял

значительную часть платных услуг: только в туризме эти потери превышают 7 миллиардов долларов, а на всех типах рынков – 110-120 миллиардов долларов. К этому необходимо добавить перелет столицы Узбекистана за рубеж, в том числе по линии иностранного туризма. Таким образом, туризм в Узбекистане финансирует развитие стран, которые принимают наших туристов. В то же время, в экономических условиях Узбекистана практически улучшается ситуация с открытием новых санаториев, домов отдыха и туристических баз.

Необходимым условием выхода туристической отрасли Узбекистана из кризисного состояния и формирования финансового механизма, соответствующего современным потребностям развития отрасли, является активное участие государственных органов в этом процессе. Это участие должно выражаться в создании нормативных актов и стимулов, которые активно влияют на спрос и предложение на рынке туристических услуг Узбекистана. Формы участия государственных структур в создании финансовых условий для развития туристической отрасли могут быть различными и варьироваться в различных сочетаниях. Возможности включают как формы прямой финансовой поддержки со стороны государства, так и косвенную помощь в продвижении национального туристического продукта с использованием налогов, кредитов, страхования и т.д.

С формированием и развитием рыночных отношений эффективность прямой финансовой поддержки снижается, и центр тяжести смещается в сторону более косвенных регуляторов. Учитывая переходный период экономики Узбекистана и сложную финансовую ситуацию, с которой сталкивается туристическая отрасль, на современном этапе мы считаем нецелесообразным полностью отказываться от бюджетного финансирования отдельных туристических программ. Наиболее приемлемыми формами финансового участия государства в реализации этих программ должно быть капитальное участие в инвестициях или предоставление льготных кредитов для наиболее эффективных проектов.

Эффективность инвестиций, направленных на развитие туристической отрасли, во многом зависит от того, насколько хорошо разработаны критерии и механизмы государственного инвестирования. Когда туристические объекты были включены в Программу развития туризма в Узбекистане, предполагалось, что инвестиции будут направлены в наиболее социально значимые, но с низким коммерческим эффектом. Мы считаем такой подход в корне неправильным. Наши предложения заключаются в следующем: во-первых, государство должно финансировать только туристические проекты, проводимые комиссией по инвестиционным конкурсам при Министерстве экономики Узбекистана и прошедшие отборочный конкурс, отобранные из числа других инвестиционных проектов; во-вторых, критериями отбора должны выступать только экономические показатели, только те, которые имеют высокие показатели рентабельности. быть принятым на конкурсное рассмотрение. Участие государства в финансировании туристических проектов не должно превышать 20 процентов (в программе развития туризма в Узбекистане это 30–40%). Срок покрытия проектов, как правило, не должен превышать двух лет. Инвестор победившего проекта имеет право выбрать следующие формы государственного участия в финансовой поддержке победившего проекта:

- а) предоставление государственного займа, указанного в валюте;
- б) предоставление государственных инвестиционных ресурсов на условиях предоставления государственной собственности на акции (паи) предприятий туристической отрасли.

Важным источником финансирования туристического сектора может стать привлечение внебюджетных инвестиций под различные уровни государственных гарантий. Это может быть осуществлено по следующей схеме: предоставляются гарантии по ценным бумагам, выпущенным участниками государственного инвестиционно-финансового консорциума, предоставляемые Министерством финансов Узбекистана и Министерством экономики Узбекистана. Средства, полученные при продаже этих ценных бумаг, в размере не менее 50% от привлеченных средств, должны быть использованы для финансирования

инвестиционных проектов в соответствии со списками Министерства экономики Узбекистана. Задача состоит в том, чтобы обосновать проекты, которые важны для включения в эти списки, и представить их в Министерство экономики Узбекистана.

Единственным реальным способом выживания туризма Узбекистана в таких условиях является самофинансирование и саморазвитие.

Как известно, существует три фактора дохода: заработная плата, проценты и арендная плата, которые соответствуют трем основным факторам производства: труду (labour), заемному капиталу (assets) и земле (natural resources). В рыночной экономике доход от этого фактора основан на цене вышеуказанных источников. Однако давайте поставим самый простой вопрос: почему туристические ресурсы в современных российских реалиях не получили рыночной цены, и почему они не приносят доход конкретному фактору?

По своей экономической природе туристические ресурсы связаны не только с землей и ее подземными ресурсами: они органично сочетают в себе природные, исторические и социокультурные факторы. Их потребительская ценность (полезность) включает в себя как бальнеологическую, общеоздоровительную, рекреационную, так и духовно–культурную направленность. Следовательно, туристические ресурсы – это отдельный вид ресурсов, которые качественно и количественно отличаются от природных факторов (земли и ее подземных ресурсов). Соответственно, туристические ресурсы выступают как отдельный и самостоятельный экономический фактор. Туристическая аренда – это доход от фактора, создаваемого туристическими предприятиями, которые используют туристические ресурсы как объект экономики, как фактор производства туристических услуг, который должен быть поглощен владельцами этих ресурсов. В качестве собственника туристических ресурсов могут участвовать различные юридические лица: региональные и местные органы власти, банки, сама туристическая организация и даже физические лица, если они имеют право владеть этими ресурсами.

Если нет работы, то нет и зарплаты. Если нет кредитного капитала, то не будет и процентов. Как экономический фактор, нет земли – нет и арендной платы. Но верно и обратное утверждение: нет зарплаты – нет рабочей силы, нет процентов – нет заемного капитала, нет арендной платы – нет земли как экономического фактора, а есть только дар природы. Соответственно, возникает вопрос: если нет туристической ренты, могут ли туристические ресурсы выступать в качестве экономического фактора? Если мы считаем, что экономические закономерности верны, то ответ очевиден. Объективно туристическая рента как факторный доход всегда была, существует и будет, но определенный экономический механизм может выделить туристическую ренту как особый факторный доход, но это может скрывать доход по различным экономическим или социальным причинам. Существует три основные формы туристической аренды: монополярная, дифференциальная и абсолютная. Туристические ресурсы и, соответственно, туристская рента занимают важное место в системе отношений собственности. В этом случае могут возникнуть две крайности: все туристические ресурсы и, соответственно, туристическая рента находятся в полной собственности государства и только у государства или в полной собственности туристических организаций и только этих организаций. Современная экономическая теория прав собственности и социальная природа туризма требуют полиморфизма и четкого распределения прав собственности между органами власти и туристическими организациями. В конечном счете, необходимо учитывать специфику прав собственности: каждый туристический объект (ресурс) получает своего собственного владельца (орган власти), который определяет использование этих ресурсов конкретной фирмой на основании договора (подряда). Это исключает как государственную бюрократию, так и коммерческую чистоту. Туризм становится социально контролируемым сектором экономики.

В современных понятных узбекских условиях, когда бюджетное финансирование туристического сектора практически отсутствует, вся туристическая аренда должна быть

потрачена на финансирование национального туризма, чтобы спасти этот социальный сектор экономики от полной рецессии и окончательного экономического спада.

Необходимость рассматривать туристическую аренду как отдельный фактор дохода. Для того чтобы использовать туристическую аренду в интересах национального туризма, ее необходимо учитывать, легализуя как особый факторный доход и, таким образом, не включая в скрытую экономику. Только в этом случае государство может использовать туристический прокат в нужном обществе социальном направлении. В настоящее время в Узбекистане существует только академическая формула для решения этого вопроса, и ничего больше. Действующий экономический, финансовый и общехозяйственный механизм деятельности туристических организаций полностью исключает учет туристической ренты. Современная экономика туризма исходит из догмы: с арендой жилья у туристов нет проблем, поскольку ее (аренды) не существует. Предполагается, что туристического проката не существует ни в реальной жизни, ни в науке.

Такая постановка вопроса вытекает из социально-экономических интересов. Девяти из каждых десяти туристических агентств, занимающихся выездным туризмом, бесполезно выделять доходы от этого фактора в особую экономическую категорию, в которой государство и профсоюзы могут узаконивать, легализовывать и направлять интересы общества и внутреннего туризма. Здесь тоже узкие коммерческие частные интересы превалируют над интересами народа, страны. Соответственно, официальный мир, обслуживающий выездной туризм, также выступает против аренды жилья туристами. В таких условиях проблема туристической аренды оказывается не только экономической, но и социально-политической проблемой. Это четко делит весь туристический мир на два лагеря: в одном лагере находятся те, кто заинтересован в личном обогащении за счет активного туризма; в другом – те, кто заинтересован в восстановлении и развитии внутреннего и въездного национального туризма, а также социального туризма. В конечном счете, это вопрос о том, учитывать интересы Узбекистана или нет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азар В.И. и др. Научно-практический комментарий к федеральному закону "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" – Туристские фирмы. Выпуск 13, СПб. ТОО "ОЛБИС", 1997.
2. Акишин В.Н., Володоманова Н.Ю., Гончарова И.В. Организация туристского бизнеса: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 1999.
3. Анискин Ю.П. Организация малого бизнеса в туризме. Учебник. М.: Финансы и статистика, 1999.
4. Афанасенко И.Д. Туризм и реформирование экономики Труды Академии Туризма. Выпуск 1 – СПб., ТОО "ОЛБИС", 1995.

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

К. И. Черноусова, Н. С. Мельникова

г. Белгород, Россия

Белгородский государственный национальный
исследовательский университет

В статье рассмотрена роль интеллектуального капитала в управлении финансами, обозначена значимость этого ресурса для компаний. Приведены основные характеристики интеллектуального капитала. Сделаны выводы о том, что необходимо для успешного развития компании через интеллектуальный капитал.