

УДК 330.338.46 (48)
JEL classification: C82, D24, E01

<http://doi.org/10.5281/zenodo.2274223>

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

©Алланазаров Б. Д., Ургенчский государственный университет им. Ал. Хорезми,
г. Ургенч, Узбекистан, b.allanazarov@mail.ru

FEATURES OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF INVESTMENT ACTIVITY AND STRATEGY OF DEVELOPMENT OF THE SPHERE OF TOURISM IN UZBEKISTAN

©Allanazarov B., Al-Khorezmi Urgench State University,
Urgench, Uzbekistan, b.allanazarov@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению научных подходов к определению понятия и сущности организационно–экономического механизма инвестиционной деятельности в сфере туризма, выявлению особенностей этой деятельности, а также обоснованию перечня показателей для оценки ее эффективности. Анализируется стратегия развития сферы туризма Узбекистана до 2030 года. Рассмотрены негативные и положительные тенденции, приоритетные направления развития туризма в республике.

Abstract. The article is devoted to the consideration of scientific approaches to the definition of the concept and essence of the organizational and economic mechanism of investment activity in the field of tourism, the identification of features of this activity, as well as the justification of the list of indicators to assess its effectiveness. The development strategy of the tourism sector of Uzbekistan until 2030 is analyzed. Negative and positive trends, priority directions of tourism development in the republic are considered.

Ключевые слова: организационно-экономический механизм, инвестиционная деятельность, сфера туризма, показатели эффективности, стратегия, приоритетные направления.

Keywords: organizational and economic mechanism, investment activities, tourism, performance indicators, development strategy, priority areas.

В Республике Узбекистан проводятся последовательные меры по развитию туристической сферы, располагающей широким потенциалом для решения в ближайшей перспективе таких важнейших социально–экономических задач, как создание рабочих мест, обеспечение диверсификации экономики и ускоренного развития регионов, притока валютных поступлений, повышение доходов и качества жизни населения страны.

В данном контексте руководство страны особое внимание уделяет вопросам целевого использования бюджетных и внебюджетных средств, направляемых на инвестирование сферы туризма, в соответствии с целями строительства новых объектов и развития инфраструктуры существующих туристских центров и объектов показа.

В общем случае механизм представляет собой некоторую совокупность элементов, находящихся между собой во взаимосвязи и взаимной подчиненности. Организационно–экономический механизм включает в себя, прежде всего, организационно–экономические элементы.

Рассматривая организационно–экономический механизм применительно к инвестиционной деятельности в определенной сфере — туризме, следует, прежде всего, дать определение этой деятельности. На наш взгляд, инвестиционная деятельность в сфере туризма представляет собой отношения участников инвестиционного процесса, возникающие в связи с накоплением, трансформацией, размещением, вложением и использованием капитала, направленные на получение максимального положительного экономического и социального результата в сфере туризма на макро– и микроуровне.

В действующем законодательстве в отношении инвестиционной деятельности дано определение и описан только организационно–экономический механизм реализации инвестиционного проекта. В соответствии с «Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов, «организационно–экономический механизм реализации проекта рассматривается как форма взаимодействия участников проекта, фиксируемая в проектных материалах в целях обеспечения реализуемости проекта и возможности измерения затрат и результатов каждого участника, связанных с реализацией проекта» (<http://lex.uz/acts/2513902>).

На основании исследования существующих подходов к понятию «организационно–экономический механизм инвестиционной деятельности», а также его специфики в сфере туризма, предложено следующее определение понятия «организационно–экономический механизм инвестиционной деятельности в сфере туризма» — это совокупность взаимосвязанных составных частей в виде социально–экономических рычагов, инструментов, форм и методов организации взаимодействия органов государственной власти, инвесторов, субъектов сферы туризма, других заинтересованных лиц, обеспечивающих функционирование данного механизма в соответствии с стратегическими, приоритетными целями государства в целом и отдельных его регионов в данной сфере [1–4].

В исследовании в качестве основных групп заинтересованных лиц, участвующих в инвестиционной деятельности в сфере туризма, проанализированы органы государственной власти, инвесторы и субъекты данной сферы. Отдельные элементы организационно–экономического механизма инвестиционной деятельности в сфере туризма представлены в Таблице 1.

Таблица 1.

ЭЛЕМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИОННО–ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

<i>Участники инвестиционной деятельности в сфере туризма</i>	<i>Элементы организационно–экономического механизма инвестиционной деятельности</i>
Органы государственного управления и государственной власти на местах	Нормативно–правовое обеспечение инвестиционной деятельности, финансово–кредитная политика, санкции и льготы, политика безопасности и т. п.
Инвесторы [1] (<i>иностранное государство, международные организации, иностранные юридические, физические лица</i>)	Кредитная политика, участие в капитале предприятий сферы туризма, участие в управлении предприятиями и т. п.
Субъекты сферы туризма	Планирование и прогнозирование, организация инвестиционной деятельности, ценообразование, анализ эффективности инвестиций в развитие отдельных видов туризма и т. п.

Эффективность формирования и функционирования организационно–экономического механизма инвестиционной деятельности в сфере туризма во многом основывается на двух важных моментах:

- инвестиционной привлекательности отдельных объектов (направлений) инвестирования (видов туризма, объектов показа, туристских дестинаций и т. п.);
- инвестиционных приоритетах.

Проведенный анализ развития сферы туризма позволил выявить следующие особенности инвестиционной деятельности в данной сфере национальной экономики — несмотря на повсеместно провозглашаемые планы правительства в области развития внутреннего и въездного туризма, сложность согласительных–разрешительных процедур, наличие обременений объектов недвижимости приводит к тому, что снижается инвестиционная привлекательность сферы туризма.

Обосновывая необходимость применения системы целевого управления в процессе планирования и осуществления инвестиционной деятельности в сфере туризма, можно отметить, что сама по себе идея целевого управления (управление по целям, Management By Objectives) не нова. Многие ученые признают автором данной теории Питера Друкера, опубликовавшего основные положения теории в своей книге “The Practice of Management” (1954 г.) и многократно переизданной позднее [4–7].

В Узбекистане концепция управления стоимостью пока еще не получила достаточного распространения в сфере туризма. Есть и те компании, которые стали внедрять систему целевого управления, но потерпели неудачу. Анализ их негативного опыта позволил выявить следующие основные причины неудач внедрения системы целевого управления:

- отсутствие четких целевых нормативов и критериев эффективности;
- несоответствие между целевыми нормативами и целями собственников предприятий сферы туризма и инвесторов.

Поэтому основой внедрения системы целевого управления при планировании инвестиционной деятельности должны стать научно обоснованные методики с учетом специфики деятельности в сфере туризма.

Собственно последние нормативные акты в этой сфере подтверждают осознание на уровне государства необходимости применения системы целевого управления в процессе планирования и осуществления инвестиционной деятельности в сфере туризма, что нашло отражение в таких нормативно–правовых документах, как «Стратегия развития туризма в Республики Узбекистан до 2030 г.», Постановление Президента Республики Узбекистан «О первоочередных мерах по развитию сферы туризма на 2018–2019 гг.» от 16 августа 2017 г. и др. (<https://goo.gl/8zer9k>; <https://goo.gl/6w6bi1>).

В данных документах помимо целевых показателей развития сферы туризма внимание также акцентируется на показателях эффективности инвестиционной деятельности в сфере туризма. Поэтому, нами на основании анализа имеющихся нормативно–правовых документов, реальных инвестиционных проектов была предложена система показателей оценки эффективности инвестиционной деятельности в сфере туризма с учетом целей и интересов основных участников данного процесса, отраженная в Таблице 2.

В Стратегии развития туризма в Узбекистане до 2030 г. приведены положительные и негативные тенденции, приоритетные задачи развития сферы туризма в республике (<https://goo.gl/6w6bi1>).

Таблица 2.

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА С УЧЕТОМ ЦЕЛЕЙ И ИНТЕРЕСОВ ОСНОВНЫХ
УЧАСТНИКОВ ДАННОГО ПРОЦЕССА

<i>Участники инвестиционной деятельности в сфере туризма</i>	<i>Показатели эффективности инвестиционной деятельности в сфере туризма</i>
Органы государственной власти	Бюджетный эффект, социальный эффект, повышение собираемости налогов и других обязательных платежей, объем туристского потока, включая экскурсантов, количество объектов сферы туризма, оказывающих услуги населению, площадь номерного фонда — коллективных средств размещения, дополнительные рабочие места
Инвесторы, предприятия сферы туризма	Чистый доход, чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности, потребность в дополнительном финансировании (стоимость проекта, капитал риска), индексы доходности затрат и инвестиций, срок окупаемости, группа показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия — участника проекта, например, для средств размещения — среднегодовая загрузка, средние поступления на действующий номер Revenue per Available Room — RevPAR), доходность номерного фонда (Rooms Yield), реализованная доходность номера (Actual Rooms Yield).

Исходя из стратегии развития туризма в Узбекистане отмечаются позитивные и негативные тенденции развития международного туризма в республике. Так, развитию туризма в республике мешают:

- высокие цены на авиаперевозки, низкое покрытие потенциальных рынков отечественными и международными авиалиниями;
- визовая политика и система регистрации;
- слабое развитие транспортной, социальной и инженерной инфраструктуры, труднодоступность, невысокий уровень сервиса, неразвитость объектов придорожной инфраструктуры;
- недостаток квалифицированных кадров в сфере, отдаленность образовательных программ от требований рынка труда;
- недостаточная степень нормативного регулирования сферы (отсутствие стандартов, отсутствие налогового стимулирования);
- административные барьеры;
- отсутствие агрессивной многоцелевой PR–стратегии страны.

Отмечается, что следует реконструировать пункты пропуска через государственную границу (авиационные, автомобильные, железнодорожные) и усовершенствовать процесс пересечения границы.

Госкомтуризма подчеркивает, что отрасли необходима государственная поддержка, и добавляет, что доходы от туризма быстро окупают затраты на его развитие.

В Узбекистане упрощается организация субъектов сферы туризма и гостиничного хозяйства, предоставляется налоговые льготы и преференции субъектам функционирующим в данном секторе экономики.

В стратегии описан комплекс приоритетных задач:

- формирование доступной и комфортной туристской среды;
- повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта Узбекистана на внутреннем и мировом рынках;
- реализация и усиление социальной роли туризма, в том числе развитие социального, паломнического, лечебно-оздоровительного, детского, юношеского и молодежного туризма;
- совершенствование системы управления и статистического учета в сфере;
- обеспечение роста экономики и качества жизни населения регионов Узбекистана за счет развития туризма;
- комплексное обеспечение безопасности в сфере туризма и устойчивого развития туристских услуг;
- продвижение туристского продукта Узбекистана.

Кроме того, в данной стратегии приведены приоритетные направления развития туризма:

- развитие внутреннего и въездного туризма;
- продвижение делового, бизнес-туризма;
- развитие паломнического туризма;
- унификация качества туристских услуг, приведение их в соответствие с международными стандартами;
- создание и развитие комфортной информационной туристской среды, включая систему туристской навигации, знаки ориентирования, информацию о туристских ресурсах и программах регионов;
- усиление роли туризма в просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения регионов Узбекистана;
- регионально кластерный подход по продвижению туристского продукта Узбекистана.

Следует отметить, что в числе основных направлений развития: деловой туризм, развитие туристской инфраструктуры и формирование доступной и комфортной туристской среды с помощью кластеров. Цель создания туристского кластера — повышение конкурентоспособности территории на туристском рынке за счет синергетического эффекта.

Государственно–частное партнерство (ГЧП) является основным механизмом реализации стратегии. Поэтому, предлагается:

- создать единую унифицированную систему туристской навигации, туристские информационные центры, банк информационных материалов;
- развивать транспортную и дорожную инфраструктуру: запускать туристские автобусы, обустраивать стоянки, автотуристские кластеры на ключевых трассах государственного значения, строить придорожные гостиницы;
- обновлять железнодорожные вагоны, самолеты на внутренних авиалиниях, туристские автобусы, развлекательные объекты (*аттракционы, оборудование парков культуры и отдыха*), фуникулеры, канатные дороги, вокзалы и автостанции;
- стимулировать малый и средний бизнес в сфере гостеприимства (*мини–гостиницы, мини–отели, хостелы, гостевые дома*), развивать национальные/иностраные гостиничные сети;
- для регионов, не вошедших в кластер, а также на районных уровнях определить перспективные туристские продукты, в частности, развивать агротуризм и строить сельские

дома отдыха, проводить экскурсии и фестивали в приграничных областях для гостей из соседних стран.

При этом отмечается, что каждый туристский кластер должен организовать разработку нетуристских продуктов.

В целом по стратегии предлагаются развивать 6 главных продуктов: деловой и культурный туризм, турне, активный и приключенческий отдых, отдых в горах и на озерах, гастрономический и пляжный туризм, кратковременный отдых.

Следует отметить, что в сфере туризма и гостиничного хозяйства намечаются положительные позитивные тенденции, которые Узбекистану необходимо использовать. Среди них рост мирового спроса на экотуризм и культурно–познавательный туризм. В связи с этим республика намерена сделать упор на это направление, а также на развитие внутреннего и въездного туризма, паломнические туры. Особое внимание будет уделено унификации качества услуг, а также созданию и развитию комфортной информационной туристической среды (<https://goo.gl/8zer9k>).

По прогнозам Госкомтуризма, в 2018 г Узбекистан может посетить 4 млн туристов, а в 2017 г. — 3 млн туристов (<https://goo.gl/6w6bi1>).

Для продвижения туристического бренда страны активная работа ведется в дипломатических ведомствах Узбекистана в разных странах. В частности, послам поручено координировать работу и способствовать привлечению туристов в страну, кроме того, до конца года в республике может появиться специальный туристический омбудсмен, который призван укрепить связи между странами и способствовать более активному посещению иностранными туристами в наши исторические города.

Список литературы:

1. Арнаутов Г. Л. Совершенствование организационно-экономического механизма инвестиционной деятельности в промышленности (на примере пищевой отрасли): автореф. дисс... канд. экон. наук. Киев, 2007.
2. Аюпова Л. К. Организационно-экономический механизм совершенствования инвестиционной деятельности промышленных предприятий: автореф. дисс... канд. экон. наук. Самара, 2008.
3. Linn J., Pidufala O. The experience with regional economic cooperation organizations: Lessons for Central Asia. 2008.
4. Leonidovna A. Y., Vitalyevich R. A. Influence of international economic integration on socio-economic development of region // Экономика региона. 2014. №3.
5. Kalyuzhnova Y. The economic transition in Kazakhstan and Uzbekistan // The Euro-Asian World. Palgrave Macmillan, London, 2000. P. 164-187.
6. Sobirov B. Innovative development of tourism in Uzbekistan // American Journal of Economics and Business Management. 2018. V. 1. №1. P. 60-74.
7. Alimov R. The Shanghai Cooperation Organisation: Its role and place in the development of Eurasia // Journal of Eurasian studies. 2018. V. 9. №2. P. 114-124.

References

1. Arnautov, G. L. (2007). Sovershenstvovanie organizatsionno-ekonomicheskogo mekhanizma investitsionnoi deyatelnosti v promyshlennosti (na primere pishchevoi otrasli): avtoref. diss... kand. ekon. nauk. Kiev.

2. Ayupova, L. K. (2008). Organizatsionno-ekonomicheskii mekhanizm sovershenstvovaniya investitsionnoi deyatelnosti promyshlennykh predpriyatii: avtoref. diss... kand. ekon. nauk. Samara.
3. Linn, J., & Pidufala, O. (2008). The experience with regional economic cooperation organizations: Lessons for Central Asia.
4. Leonidovna, A. Y., & Vitalyevich, R. A. (2014). Influence of international economic integration on socio-economic development of region. *Economy of the region*, (3).
5. Kalyuzhnova, Y. (2000). The economic transition in Kazakhstan and Uzbekistan. In *The Euro-Asian World* (pp. 164-187). Palgrave Macmillan, London.
6. Sobirov, B. (2018). Innovative development of tourism in Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 1(1), 60-74.
7. Alimov, R. (2018). The Shanghai Cooperation Organisation: Its role and place in the development of Eurasia. *Journal of Eurasian studies*, 9(2), 114-124.

Работа поступила
в редакцию 29.10.2018 г.

Принята к публикации
01.11.2018 г.

Ссылка для цитирования:

Алланазаров Б. Д. Особенности организационно-экономического механизма инвестиционной деятельности и стратегии развития сферы туризма в Узбекистане // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №12. С. 486-492. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/12-04> (дата обращения 15.12.2018).

Cite as (APA):

Allanazarov, B. (2018). Features of the organizational and economic mechanism of investment activity and strategy of development of the sphere of tourism in Uzbekistan. *Bulletin of Science and Practice*, 4(12), 486-492. (in Russian).