

ПУТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СТРАНЫ ЗА СЧЕТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11402336>

Аллаяров Сухроб Рустамович
доцент кафедры Финансы, ТГЭУ

***Аннотация.** В статье анализируются вопросы достижения экономического роста за счет развития туристической деятельности в стране. Также представлены возможности применения опыта передовых зарубежных стран.*

***Ключевые слова:** экономический рост, туризм, туристический бизнес, туристских услуг, Эволюция туризма, инвестиции, франчайзинг, финансовый результат.*

Развитие туристического бизнеса Узбекистана должно происходить с учетом наметившихся тенденций, в том числе:

- переориентации туристских потоков с Центральной Азии и Европы на истинно национальные объекты Республики Узбекистан;
- неудобного месторасположения Узбекистана, отдаленности государства от Европы, и, как следствие, дорогого перелета;
- борьбы за туристов из Германии, Таджикистана, Казахстана, т.к. они составляют основной поток туристов Узбекистана;
- прогнозируется экстенсивный рост числа туристских потоков из Китая и России и стран Арабского мира.

Исходя из данных тенденций, можно отметить, что Узбекистану необходимо сформировать сеть туристских услуг, обеспечивающих комфортное устройство и приемлемые цены. Вместе с тем активное культивирование экологического туризма привело к тому, что на современном этапе в Узбекистане созданы и функционируют десятки туристических субъектов.

Углубленный анализ развития зарубежного бизнеса позволит с помощью инструментов бенчмаркинга генерировать эффективные основы организации, менеджмента в туристическом бизнесе. На формирование туристического бизнеса особое влияние оказывает развитие гостиничных услуг. По данным Всемирной туристической организации, за последние годы

доходы от туризма возрастают ежегодно до 80 процентов при среднем росте количества туристических прибытий до 56 %. В развивающихся странах рост доходности туризма измеряется в десятках раз, в частности в Португалии. Ныне туризм является третьей по доходности отраслью мировой экономики.

Наметилась тенденция снижения доли туристического рынка, в Европе, ее удельный вес составляет 50,8 % в структуре мирового туристского рынка. Увеличение и расширение рынка туризма в Восточной Азии и странах Тихоокеанского бассейна в основном происходит за счет потери доли рынка в Европе. Данная тенденция связана с притоком иностранных туристов. Это свидетельствует о росте притока туристов. Одновременно историко-национальные объекты г. Самарканда, г. Бухары и г. Ургенча проявляют большой интерес. Именно подобные объекты становятся альтернативой восточной культуре.

В туристическом бизнесе при строительстве международных гостиничных цепей используют иностранные инвестиции, т. е. прямые и портфельные или финансовые. Первые используются в развивающихся странах и представляют собой приобретение недвижимости или его доли. Вторые предпочитают приобретение ценных бумаг компании – владельца туристского субъекта. В развитых странах активно используются обе формы инвестирования. Следует отметить, что при оценке инвестиционной привлекательности туристского бизнеса в международной практике учитывают две особенности: с одной стороны, туристические объекты являются инфраструктурой туризма, с другой – для туристической фирмы важен процесс управления на профессиональном уровне и удобное размещение туристов в гостинице. Зачастую, одной из оптимальных форм развития зарубежного туристского бизнеса, на наш взгляд, является франчайзинг. Исходя из изложенного, уже смело утверждать, что перспективы развития туризма значительны, а ее эффективность будет увеличиваться и дальше. Следовательно, мы приходим к предложению, что туризм обладает полезностью и для потребителей туристских услуг, так как они используют

собственные финансовые ресурсы для организации рекламы в целях привлечения туристов из стран, как Центральной Азии, так и Европейских стран. Эволюция туризма показала, что если до перехода к рынку прирост дохода туристских предприятий (организаций) формировалось преимущественно за счет увеличения объема продаж туристской путевки, то в современных условиях поступления от продаж путевок, на наш взгляд, не играют первостепенной роли. Финансовый результат определяется в основном доходами обусловленными синергизмом системы, источниками доходов является расширяющийся спектр дополнительных туристских услуг, прежде все после прибытия в место туристского объекта. При этом финансовый результат будет значительным и способным обеспечить стабильное развитие туристических фирм.