

Дадабаев Н. А.

**КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН ТУШТУК РЕГИОНУНДАГЫ ТУРИЗМ
ТАРМАГЫНДА ИШКЕРДИКТИ ӨНУКТУРУУ ЖАНА АНЫН ФИНАНСЫЛЫК
КӨРСӨТКҮЧТӨРҮ**

Дадабаев Н. А.

**РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ФИНАНСОВЫЕ
ПОКАЗАТЕЛИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА ЮЖНОГО РЕГИОНА КЫРГЫЗСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ**

N. A. Dadabaev

**DEVELOPMENT OF BUSINESS AND FINANCIAL PERFORMANCE IN THE FIELD OF
TOURISM SOUTH REGION KYRGHYZ REPUBLIC**

УДК: 658 (575.2)

Макалада туризм аймактык экономикасындагы туризмдин өзгөчөлүктөрү, мамлекеттик туризм чөйрөсүндөгү саясаты Кыргыз Республикасынын туштук регионундагы туризм тармагында ишкердикти өнүктүрүү жана анын финансылык көрсөткүчтөрү каралган.

***Негизги сөздөр:** ишкердүүлүк, туризм, туристтик агым, финансылык көрсөткүч, экономика, туристтик саясат, туристтик багыт.*

В статье рассматриваются особенности региональной экономики туризма, туристская политика государства, предпринимательской деятельности и финансовые показатели в сфере туризма южного региона Кыргызской Республики.

***Ключевые слова:** предпринимательство, туризм, туристский поток, финансовый показатель, экономика, туристская политика, туристская тактика.*

The article discusses the features of the regional tourism economy, tourist policy of the state, business and financial performance in the tourism sector of the southern region of the Kyrgyz Republic.

***Key words:** entrepreneurship, tourism, tourist flow, financial indicator, the economy, Tourism Policy, Tourism tactics.*

Предпринимательство – это инициативная деятельность хозяйствующих субъектов, связанная с новаторским использованием имущества, денежных средств и других ресурсов в целях достижения коммерческого и иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

В области туристской деятельности предпринимательство в большой степени связано с оказанием услуг. [1]

Туризм оказывает существенное влияние на экономику и развитие региона, способствуя притоку валюты в страну, созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и т. д. Для получения максимальной выгоды от туризма каждое государство разрабатывает туристскую политику, которая является одним из видов социально-экономической политики государства.

Туристская политика государства – это совокупность форм, методов и направлений воздействия государства на функционирование сферы туризма для достижения конкретных целей сохранения и развития социально-экономического комплекса.

Туризм сегодня – это сфера социально-экономического комплекса, которая во многих странах превратилась в бурно развивающуюся индустрию. В настоящее время каждое 7-е рабочее место в мире приходится на туристский бизнес. По прогнозам ВТО, к 2020 г. количество международных туристских прибытий составит 1,6 млрд, т. е. в 3 раза превысит показатели 2000 г. Ежедневные расходы туристов, исключая авиаперевозки, вырастут до 5 млрд долл. в день.

Сейчас в туризме существуют две тенденции: подверженность влиянию внешних экономических и политических факторов и способность к быстрому восстановлению своих объемов в неблагоприятной обстановке. Хотя стабильность на мировых финансовых рынках привела к некоторым изменениям в отпускных привычках туристов (увеличилось число поздних бронирований, а расходы во время отдыха уменьшились), правомерно сделать вывод о том, что туризм стал глубоко укоренившейся частью культуры конца XX века.

В настоящее время старое понятие "отрасль" постепенно размывается. Для рыночной экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование диверсифицированных межотраслевых комплексов. Так как в туризме производятся и предметы потребления (пища), и услуги (размещение в гостинице), то можно сделать вывод, что **туризм** – это диверсифицированный межотраслевой комплекс социально-бытовой инфраструктуры, который имеет производственные и непроизводственные функции и представляет собой туристскую индустрию. Хозяйственный процесс, протекающий в отрасли туризма, является производственно-обслуживающим процессом.

Экономика связана с извлечением оптимальной выгоды от использования ограниченных ресурсов. Экономические факторы, которые, как правило, ограничены, призваны удовлетворять психологические и физические потребности человека.

В современных условиях экономический аспект в туристском бизнесе обретает особую значимость, и для эффективного ведения туристского бизнеса предприниматель должен хорошо разбираться в вопросах экономики туризма.

Таким образом, актуальность проблемы, затрагиваемой в данной части, определяется неоспоримым влиянием экономических факторов на успешное развитие туристской отрасли, острой необходимостью для менеджеров туризма в свете глобального экономического кризиса и событий в нашей стране иметь достаточный набор знаний в области экономики.

Становление и развитие туризма как отрасли характеризуются системой определенных экономических показателей, которые отражают количественный объем реализации туристских услуг и их качественную сторону.

Одной из главных составляющих упорядочение методов к реализации туристической деятельности является юга Кыргызстана. Южный регион Кыргызской Республики, благодаря тому, что на ее территории находится значительное число культурно-исторических и природных памятников, привлекающих туристов, может вполне войти в их число, сделав туризм одним из основных направлений развития экономики.

Южный туристский район, в отличие от других экономических районов, включает три административные области республики – Жалалабадскую, Ошскую и Баткенскую и город Ош, представляющие Южный экономический район. Площадь района 79,9 тыс. кв. км. (40% площади страны), население насчитывает 2497,8 тыс. человек (51% всего населения страны). [2]

Туристическо-рекреационный потенциал южного региона Кыргызской Республики и региональная экономика туризма имеет свои особенности.

Региональная экономика туризма- это одна из важнейших отраслей экономических знаний в туристском бизнесе. Система показателей развития туризма для региона включает:

- объем туристского потока;
- среднюю величину туристских расходов в сутки;
- состояние и развитие материально-технической базы;
- показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы;
- показатели развития международного туризма.

Туристский поток – это постоянное прибытие в страну туристов. Объемы туристских потоков характеризуются следующими показателями: общее число туристов; число туродней; средняя продолжительность пребывания туристов в стране (регионе).

Для расчета числа туродней необходимо умножить число посетителей на среднюю продолжительность (в днях) пребывания одного туриста в стране (регионе). Информация о туроднях важна при планировании общественной инфраструктуры и материально-технической базы туризма. Таким образом, туродни (D) – это наиболее важная информация для специалистов, работающих в туризме:

$$D = Ч \times t_{cp}$$

где Ч – число туристов;

t_{cp} – среднее число дней, проведенных в регионе одним туристом.

Когда получены эти данные, нетрудно оценить предполагаемые расходы каждого туриста за сутки. Но данные о расходах получатся в лучшем случае приблизительные и должны использоваться с осторожностью. Статистика по данному показателю обычно скрыта, а количество денег, потраченное во время отдыха, часто забывается туристом. Тем не менее местным властям и широкой общественности суммарные расходы путешественников в туристском регионе представляются наиболее понятными и впечатляющими данными. Величина суммарных туристских расходов (P_j) в данном регионе определяется следующим образом:

$$P_{\Sigma} = D \times P_{cp}$$

где P_{cp} – средние расходы туриста за сутки.

Однако туристский поток - явление неравномерное. Поэтому были выведены **коэффициенты неравномерности туристского потока** (K_H), которые рассчитываются тремя способами:

$$K_H = \frac{D_{max}}{D_{min}} \times 100 \%$$

$$K_H = \frac{D_{max}}{D_{год}} \times 100 \%$$

$$K_H = \frac{D_{max}}{D_{cm}} \times 100 \%$$

где D_{max} , D_{min} – число туродней в месяце максимального и минимального туристского потока соответственно, чел.-дней;

$D_{год}$, D_{cm} – годовое и среднемесячное число туродней соответственно, чел.-дней.

Показатели, характеризующие состояние и развитие материально-технической базы туризма, определяют ее мощность в данной стране (регионе). К ним относятся: коечный фонд гостиниц и других средств размещения; число мест на предприятиях питания, обслуживающих туристов; число мест на предприятиях развлечений (аквапарки, театры и т. д.), отведенных для туристов, и т. п.

Мощность коечного фонда определяется по формуле

$$M_k = K_r \times 365 + K_c \times t_c$$

где M_k – мощность коечного фонда, ед.;

K_r – число койко-мест круглогодичного использования;

K_c – число койко-мест сезонного использования;

t_c – число дней сезонного использования.

Прием и обслуживание туристов в истекшем году осуществляли 416 учреждений отдыха и организаций туризма. Из них 148-специализированные средства размещения (66 пансионатов отдыха, 26 детских оздоровительных комплексов, 18 санаториев из них 5 детских, 9 домов отдыха, 10 санаториев- профиликаториев, 7 турбаз, 6 баз отдыха 4-спортивно-оздоровительных лагеря, 2 пансионата с лечением), а также 146-гостиниц, 87-турфирм и

туроператоров, 10 природных парков и заповедников, и других предприятий туризма. [3]

Показатели финансово-экономической деятельности турфирмы включают:

- объем реализации туристских услуг или выручку от реализации услуг туризма;
- показатели использования рабочей силы (производительность труда, уровень расходов на оплату труда и пр.);
- показатели использования производственных фондов (фондоотдача, оборачиваемость оборотных средств);
- себестоимость услуг туризма;
- прибыль;
- рентабельность;
- финансовые показатели (платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость, валютная самоокупаемость и др.).

Отдельно выделяются показатели, характеризующие состояние и развитие международного туризма:

- число туристов, посетивших зарубежные страны (определяется по числу пересечений государственной границы);
- число туродней по иностранным туристам;
- суммарные денежные затраты, произведенные туристами за время зарубежных поездок.

Туристская политика государства базируется на стратегии и тактике.

Туристская стратегия – выработка общей концепции развития и целевых программ, для реализации которых требуется время и большие финансовые ресурсы.

Туристская тактика – конкретные меры и приемы достижения поставленной цели в конкретных условиях.

Главная цель концепции – создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для обслуживания российских и зарубежных граждан, а также значительный вклад в развитие экономики страны. Для реализации этой цели предлагается целый ряд мер (туристская тактика), среди которых: создание нормативно-правовой базы развития туризма, соответствующей международной практике; формирование экономических механизмов стимулирования развития иностранного и внутреннего туризма, привлечения инвестиций в эту сферу; введение жесткой системы сертификации и лицензирования туристской деятельности и т. п.

Итак, любое государство, развивающее туризм, стремится достичь от него максимальной экономической эффективности. **Экономическая эффективность туризма** означает получение выигрыша (экономического эффекта) от организации туризма в масштабах государства, туристского обслуживания населения региона, производственно-обслуживающей деятельности туристской фирмы.

Туризм как торговлю услугами на мировом рынке можно назвать невидимым экспортом, вносящим соответствующий вклад в платежный баланс

страны. Положительным явлением считается тот факт, когда сумма ввоза туристами валюты превышает сумму вывоза валюты. Так как, в развитии экономики регионального туризма влияет **прямое и косвенное** влияние туризма на экономику страны или региона.

Прямое влияние туризма на экономику региона – это результат доходов туриста на покупку услуг и товаров туризма. Прямое влияние понимается как результат вклада денег туристами в туристские предприятия, материальное обеспечение работников туризма и создание новых рабочих мест.

Расходы туристов повышают доход туристского региона, что в свою очередь ведет к цепочке "расходы - доходы - расходы" и т. д. до тех пор, пока эти связи не замыкают цепочку.

Кроме прямого влияния туристских расходов на развитие региона существует также **косвенное влияние**, или "эффект мультипликатора"¹, который вступает в силу по мере циркуляции туристских расходов в регионе. Совершенствованная благодаря туризму инфраструктура региона используется также и местными жителями.

Так как индустрия туризма охватывает многочисленные предприятия малого бизнеса, которые поддерживают индустрию, выручка от туризма быстро распределяется среди самых широких слоев населения принимающего региона таким образом, все общество получает экономическую выгоду.

Следующий положительный аспект развития туризма заключается в том, что туристы вынуждены платить налоги, как и большинство населения. Так как путешественники в основном приезжают из других регионов, то их расходы для правительства принимающей страны представляют собой расширенную налоговую базу. В дополнение к обычному налогу с продаж туристы иногда платят и менее прямые налоги.

Кроме этих особых случаев, обычные налоги, собираемые как с туристов, так и с местных жителей, повышаются вследствие туристских расходов. Таким образом, туризм повышает доходы региона, занятость, инвестиции и т. п.

Все вышеперечисленные показатели имеют определенное влияние на регион, в котором развивается туристская отрасль. Развитие туризма и увеличение объема услуг туризма требуют взвешенного подхода, так как очень высоки социальные последствия принимаемых решений.

Литература:

1. Экономика туризма «Финансы и статистика» Москва. 2002 г. с.79.
2. Низамиев А. Г. «Туризм Кыргызстана» социально-экономические аспекты, монография г. Ош 2005. с. 182.
3. Туризм в Кыргызстане статистический бл. 2009-2013 Бишкек 2014. с.11.
4. Бронская Ю. К. Анализ развития туризма на международном, федеральном и региональном уровнях./ Ю. К. Бронская // Дайджест финансы, № 11, 2005.
5. Гуляев В. Г. Туризм: Экономика и социальное развитие./ В. Г. Гуляев. М.: Финансы и статистика, 2003.

Рецензент: к.э.н., доцент Умаров С.