

12-1-2020

THE EFFICIENCY OF THE FINANCIAL MECHANISM AIMED AT THE USE OF TOURIST SERVICES IN THE CONDITIONS OF A DEVELOPING DIGITAL ECONOMY

Dj. Zaynalov prof.

Samarkand Institute of Economics and Service

S. Aliyeva

Samarkand Institute of Economics and Service

Follow this and additional works at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance>

Recommended Citation

Zaynalov, Dj. prof. and Aliyeva, S. (2020) "THE EFFICIENCY OF THE FINANCIAL MECHANISM AIMED AT THE USE OF TOURIST SERVICES IN THE CONDITIONS OF A DEVELOPING DIGITAL ECONOMY," *International Finance and Accounting*: Vol. 2020 : Iss. 6 , Article 1.
Available at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2020/iss6/1>

This Article is brought to you for free and open access by 2030 Uzbekistan Research Online. It has been accepted for inclusion in International Finance and Accounting by an authorized editor of 2030 Uzbekistan Research Online. For more information, please contact sh.erkinov@edu.uz.

Д.э.н., проф. Дж.Р.Зайналов, к.э.н. С.С.Алиева
Самаркандский институт экономики и сервиса

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА, НАПРАВЛЕННАЯ НА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: Целью настоящей работы является определение способов использования финансового механизма регулирования эффективности использования туристских услуг. Показано, что анализ условий применения туристских услуг позволит туристским предприятиям делать выбор финансовых решений в области реализации собственной деятельности обоснованно, исходя из трех взаимосвязанных элементов: риска, эффективности и качества. В статье обоснована необходимость использования финансового механизма определения эффективности туристских услуг, а также показана структура определения стоимости турпродукта. Подчеркнута необходимость проведения анализа с приоритета деления затрат на переменные и постоянные. Представлена методика исчисления эффективности туристских услуг. Сформулированы выводы и разработаны рекомендации по регулированию эффективности туристских услуг.

Ключевые слова: туризм, туристская деятельность, эффективность, туристские услуги, эффективность туруслуг, финансовые затраты, регулирование эффективности.

Doctor of Economics, prof. J.R. Zainalov, PhD S.S. Alieva
Samarkand Institute of Economics and Service

THE EFFICIENCY OF THE FINANCIAL MECHANISM AIMED AT THE USE OF TOURIST SERVICES IN THE CONDITIONS OF A DEVELOPING DIGITAL ECONOMY

Abstract. The purpose of this work is to determine the use of financial mechanism for regulating the efficiency of tourist services. It is shown that the analysis of the conditions for the use of tourist services will allow tourist enterprises to make a choice of financial decisions in the implementation of their own activities, based on three interrelated elements: risk, efficiency and quality. The article substantiates the need to use a financial mechanism for determining the effectiveness of tourist services, and also shows the structure for determining the cost of a tourist product. The need for an analysis with the priority of dividing costs into variables and constants is emphasized. The methodology for calculating the effectiveness of tourist services is presented. Conclusions are formulated and recommendations for regulating the effectiveness of tourist services are developed.

Key words: tourism, tourist activity, efficiency, tourist services, efficiency of tourist services, financial costs, regulation of efficiency.

Введение

В последние годы туризм развивался особенно ускоренными темпами, практически во всех странах мира. Это объяснялось самыми разными факторами, в том числе и ростом доходов населения большинства стран, в том числе, связанных с развитием и распространением цифровых услуг, как в экономике в целом, так и в области предоставления туристских услуг, получение которых стало требовать гораздо меньше усилий и времени из-за этого.

Туризм это не просто социально-экономическое явление, характеризующееся культурным оздоровлением населения стран, их перемещением в пространстве, но и экономическим мотивом, как для хозяйствующих субъектов, так и для физических лиц. По мнению специалистов Всемирной туристской организации (UNWTO) туризм представляет собой один из самых динамично развивающихся сегментов мировой экономики [8]. Для получения услуг туризма, населения стран мира стараются увеличить свои доходы, меняют образ жизни на здоровый, стараются бережнее распределять свои финансовые ресурсы. Правительства разных стран с бóльшим старанием относятся к архитектурным памятникам страны, облагораживают территории, создают туристические тропы, стимулируют создание и создают интересные продукты и услуги для привлечения бóльшего количества туристов, снимают визовые ограничения, проводят больше культурных мероприятий и дипломатических переговоров.

При этом, туризм является не только средством содействия мировой торговли, развития конкурентоспособности товаров и услуг, но и является структурной частью программ по сокращению бедности в регионах, повышению валового внутреннего продукта стран, обеспечению финансовой устойчивости стран.

Именно поэтому имеет место необходимость постоянного поиска и обновления эффективного финансового механизма, направленного на использование туристских услуг в условиях развивающейся цифровой экономики. Именно цифровая экономика способствует формированию обширных и надежных статистических баз, управлению ими и контролю над ними. При этом, для поиска эффективного механизма управления туристскими услугами на основе статистических данных, они должны быть в полной мере достоверными и адекватными. Именно в этом особую роль играет цифровизация, при верной организации которой данные будут логически сопоставимыми и своевременными, при этом не требуя затрат большого количества времени и усилий.

Методология исследования

При написании статьи авторы опирались на приоритетные направления развития страны, утвержденные законодательно-нормативными актами, использовались системный подход, экономико-математическое моделирование, группировки и синтеза, прогнозирования и экстраполяции.

Обзор литературы

Развитие туристской деятельности в Республике Узбекистан соответствует приоритетным направлениям развития Узбекистана. Так, в Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан в 2017-2021 годах предусмотрено «ускоренное развитие индустрии туризма, повышение ее роли и вклада в экономику, диверсификация и улучшение качества туристских услуг, расширение туристской инфраструктуры» [1], что

реализуется посредством реализации мероприятий, направленных на создание туристской инфраструктуры, стимулирования частных и государственных инвестиций в реализацию культурно-исторического аспекта развития туристской деятельности [3]. Создание туристских продуктов и объектов, сохранение культурно-исторического наследия содействует созданию новых рабочих мест, находится в русле программы сокращения бедности в Республике Узбекистан [2].

Именно поэтому нахождение эффективного финансового механизма, направленного на использование туристских услуг в условиях развивающейся цифровой экономики имеет прямое и высокое значение для повышения конкурентоспособности туристских предприятий и улучшения качества туристских услуг. О растущем интересе к этой теме показало множество исследований, в частности, большое количество ученых проявляют растущий интерес к этой теме в последние годы с точки зрения управления туризмом, социальных сетей, анализа наборов данных, поведения потребителей и развития туризма. Некоторыми из которых сделан вывод, что анализ больших объемов данных для прогнозирования спроса и предпочтений туристов с использованием данных веб-трафика и социальных сетей показывает необходимость разработки стратегий, направленных, в том числе, и на интеллектуальный туризм [15]. Другие ученые пришли к выводу о том, что центральное правительство играет руководящую роль в направлении сельского туризма в желаемых направлениях, а местное правительство играет вспомогательную роль, напрямую управляя туристической практикой и координируя действия с предприятиями и жителями для предоставления услуг и решения проблем. Синергетическое взаимодействие центрального и местного правительства в Китае стимулирует быстрое развитие сельского туризма [13].

Исследование данного вопроса показало наличие нерешенных задач в этой области. На практике недостаточно реализуются меры, направленные на эффективное регулирование туристских услуг, большинство из них носит частный характер, направленный на краткосрочный эффект. С этим, в том числе согласны и отечественные ученые [9].

При этом, в разных странах, учеными-экономистами ведется работа над определением эффективного финансового механизма управления туристскими услугами. Так А.П. Горбунов, Л.Х. Газгиреева, Л.А. Бумяшева проанализировали преимущества кластерной политики как ключевого инструмента в решении задач, необходимых для качественного развития туристической отрасли региона, инновационного потенциала и уровня экономического развития страны в целом. Отметив, при этом, необходимость определения комплекса мер, реализуемых заинтересованными хозяйствующими субъектами и органами исполнительной власти, направленных на объединение материально-технических, финансовых, технологических и инновационных ресурсов потенциальных участников, произошло усиление взаимодействия между ними и создание благоприятной среды для развития [12]. Учеными-исследователями Международного

института туристических исследований, Университета Джорджа Вашингтона отмечена необходимость использования индикаторов, позволяющих направлениям отслеживать свой прогресс в достижении цели, а также демонстрировать достижения и недостатки. «Индикатор - это то, что помогает вам понять, где вы находитесь, куда вы идете и как далеко вы находитесь от того места, где хотите быть». Хороший индикатор проактивно сигнализирует о проблеме, в идеале, до того, как она исчезнет. Традиционные индикаторы измеряют экономические, социальные и экологические воздействия. Индикаторы отражают предположения разработчиков программ [14].

Большинство ученых, проводя исследования в области оценки финансового механизма регулирования туристских услуг исходят из динамики достижения высоких показателей финансово-экономической эффективности туристской отрасли с оценкой степени влияния некоторых составляющих на ее развитие в целом. Оценить эти компоненты можно путем оценки экономической эффективности туристской отрасли с помощью имеющихся статистических данных [4; 5; 10; 11].

В отдельных статьях отечественных ученых отмечено, что за финансово-ресурсной проблемой, занимающей центральное место в широком спектре проблем организации финансов туристских предприятий, было бы неправомерным видеть лишь лежащий на поверхности вопрос в привлечении финансовых ресурсов для обеспечения финансово-хозяйственной деятельности туристских предприятий. Оборот финансовых ресурсов, их мобилизация как часть такого оборота – это и вопрос о направлении и управлении расходом, о вложениях, которые связаны с общими экономическими и специфическими финансово-кредитными условиями текущего этапа развития рыночных отношений в Узбекистане [6; 7].

Таким образом, формирование эффективного финансового механизма, направленного на использование туристских услуг, имеет одно из первостепенных значений, особенно, для применения в регионах с туристской инфраструктурой развитием туристской деятельности и приобретает особое развитие, способствующее широкому распространению в условиях развивающейся цифровой экономики.

Анализ и результаты

Практическое проведение анализа условий применения туристских услуг позволит туристским предприятиям делать выбор обоснованно и избежать возможных и негативных последствий в результате принятия случайных немотивированных финансовых решений.

В связи с этим мы исходим из следующих трех взаимосвязанных основных показателей, существующих в области туристских услуг: риски, эффективность, качество (РЭК). Именно согласование всех перечисленных элементов и получение их оптимальных значений определит наиболее вероятную стратегию финансового регулирования финансовых решений в пользу туристских услуг.

В данной статье нами будет рассматриваться лишь финансовый механизм регулирования эффективности этих услуг в рамках туристских предприятий. Однако для того, чтобы регулировать данный процесс, необходимо сначала ознакомиться с методами ее определения. Ныне используется несколько способов расчета эффективности туристских услуг в зависимости от размеров бизнеса (крупного или мелкого). Однако в условиях сложившегося глобального экономического развития, когда практически невозможно прогнозировать изменение ставки дисконтирования, а также целью экономии затрат на расчеты с использованием «динамических» методов, на наш взгляд, целесообразно использовать всем известный традиционный метод нормы прибыли:

$$\Delta ПР = \frac{\sum ЧПР}{\sum Z_{ат} И_{н} У_{сл} П_{ро}} \quad (1)$$

где: $\Delta ПР$ – чистая прибыль;

$\sum Z_{ат} И_{н} У_{сл} П_{ро}$ - затраты на инновационные услуговые проекты $П_{ро}$.

Следует заметить, что величина нормы прибыли находится в зависимости от периода, который будет выбран для расчета значения чистой прибыли. Поэтому для ее определения рекомендуется выбирать наиболее оптимальный интервал прогнозирования. Кроме того, нами предлагается проведение сравнительной финансово-экономической оценки с позиции себестоимости турпродукта и стоимости туруслуг (см.: табл.1).

Таблица 1

Исходные данные определения стоимости турпродукта

№ п/п	Структура затрат на турпродукт	Характер затрат	Оценка с позиции максимальной загрузки, %	Стоимость в расчете на период турдоговора
А	Б	В	1	2
1	Заработная плата	Постоянные/ переменные	30,5	11000
2	Компенсационный (в % от ФОТ)	Постоянные/ переменные	6,9	2500
3	Социальный налог (в %)	Постоянные/ переменные	4,5	1620
4	Программное обеспечение	Постоянные	13,9	5000
5	Сопровождение, обновление программного обеспечения	Постоянные	0,8	300
6	Амортизация	Постоянные	5,6	2000
7	Аренда, коммунальные услуги, охрана	Постоянные	16,7	6000
8	Менеджмент, административные расходы (в % от ФОТ)	Постоянные	4,4	1590
9	Повышение квалификации (в % от ФОТ)	Постоянные	8,3	3000
10	Накладные расходы (канц., проезд, курьерские, пр.) (в % от ФОТ)	Постоянные	8,3	3000
11	Итого себестоимость турпродукта (СЗ)	х	х	
12	Итого стоимость турпродукта (С _т Т _{усл})	х	х	

Составлено авторами

Методы оценки турпродукта и туруслуг помогают оценить затраты как прямые, так и косвенные. Кроме того, целесообразно рассматривать эти затраты с позиции постоянных и переменных расходов. Так, в составе прямых расходов турпредприятия числятся:

- оборудование и другие средства;
- программное обеспечение и другие нематериальные активы;
- оплата труда персонала, задействованного в обслуживании туристов;
- администрирование деятельности турпредприятий;
- прочие расходы (электро-, теплоэнергия, канцелярские и др.).

К косвенным затратам следует отнести незапланированные, случайные расходы, простои, внесметное обучение персонала и прочее. В качестве примера основные показатели для сравнения стоимости содержания турпредприятия и туруслуг мы приводим в таблице, которая является рабочим вариантом сравнения затрат туруслуг и потребителя.

По нашему мнению, эффективность туруслуг ($\Delta \mathcal{E}_{\phi}^{\text{тур}} \mathcal{U}_{\text{сл}}$) характеризуется следующими основными параметрами:

$\mathcal{E}_{\phi}^{\text{тур}} \mathcal{U}_{\text{сл}}$ – эффективность туруслуг;

$C_{\text{т}} \text{ТУР}_{\text{усл}}$ – стоимость туруслуг;

$C_{\text{т.прод}}^{\text{тур}}$ – себестоимость содержания турпродуктов.

Эффективность туристских услуг предлагается рассчитывать в виде отношения стоимости туруслуг ($C_{\text{т}} \text{ТУР}_{\text{усл}}$) к себестоимости содержания турпродукта $\mathcal{E}_{\phi}^{\text{тур}} \mathcal{U}_{\text{сл}}$, а именно:

$$\Delta \mathcal{E}_{\phi}^{\text{тур}} \mathcal{U}_{\text{сл}} = \frac{C_{\text{т}} \text{ТУР}_{\text{усл}}}{C_{\text{т.прод}}^{\text{тур}}} \quad (2)$$

Данный коэффициент ($\Delta \mathcal{E}_{\phi}^{\text{тур}} \mathcal{U}_{\text{сл}}$) может принимать значения:

$C_{\text{т}} \text{ТУР}_{\text{усл}} > 1$. Экономической выгоды для потребителя туруслуг нет, так как стоимость услуг турпродукта выше собственных внутренних затрат. Решающим моментом в данном случае могло бы быть обеспечение качества работ и оперативные сроки их выполнения. Последние требуют специальных финансовых отношений.

$C_{\text{т}} \text{ТУР}_{\text{усл}} = 1$. Затратные составляющие равны. Опять-таки, «перевесом» в пользу туруслуг стороннего турпредприятия могла быть качественная составляющая.

$C_{\text{т}} \text{ТУР}_{\text{усл}} < 1$. Данный вариант свидетельствует о явной экономической выгоде использования туруслуг посреднического узкоспециализированного туристского предприятия (фирмы). Мотивация выбора в данном случае очевидна.

Значения указанных коэффициентов вместе с показателями потенциальных финансовых рисков комплексно учитываются при решении вопроса в пользу туристских услуг.

Регулирование эффективности – это совокупность интегрированных циклических процессов и анализа инновационных технологий, которые относятся к финансовой и операционной деятельности туристского предприятия. Это позволяет потребителям турпродукта и услуг определять стратегические цели, а впоследствии анализировать и оценивать эффективность своей деятельности в соответствии с установленными целями, а также своевременно реагировать на процессы жизнедеятельности своего предприятия. Следует заметить, что бизнес-процессы потребителя турпродукта связаны с реализацией его стратегии, которые включают в себя не только финансовое и операционное прогнозирование и отчетность, но и анализ и мониторинг ключевых показателей эффективности турпродукта. Это является наиболее важным аспектом изучения эффективности туристских услуг.

Первым шагом на пути к разработке правильных ключевых показателей эффективности туруслуг ($K_{лП_{эф}}TUR_{усл}$), т.е. достижению желаемого результата, является определение стратегических задач и турпотребностей. Организации могут использовать различные способы для определения важнейших направлений работы и показателей для этих направлений (см.: рисунок 1).

Под системой $K_{лП_{эф}}TUR_{усл}$ понимается система финансовых и нефинансовых показателей, влияющих на количественное или качественное изменение результатов по отношению к стратегической цели (или ожидаемому финансовому результату). Система сбалансированных показателей включает $K_{лП_{эф}}TUR_{усл}$, необходимые для каждого объекта контроля, и методику их оценки. Данные системы или методики составляют основу при принятии финансовых решений, базируются на оценке эффективности деятельности турпредприятия и направлены на достижение ими стратегических целей.

На туристских предприятиях показатели эффективности ($K_{лП_{эф}}TUR_{усл}$) должны основываться на достоверных данных. Если данные отсутствуют или они ненадежны, то руководство турпредприятия должно либо создать систему сбора данных, либо пересмотреть разработанные показатели финансовой эффективности, чтобы они опирались на существующие данные.

Концепция ключевых (сбалансированных) показателей состоит в том, что традиционные финансово-экономические показатели не всегда являются «адекватными» для определения стратегического финансового результата турпредприятий и обеспечения обратной связи. В связи с этим для решения таких задач следует иметь более «сбалансированный набор» показателей деятельности турпредприятий, которые позволяли бы в дальнейшем контролировать факторы, влияющие на эти параметры. Для мониторинга процесса достижения стратегических целей особо не следует принимать во внимание оценки прошлой турдеятельности предприятий. Необходимо ориентироваться именно на те показатели, которые будут оказывать влияние на финансовые результаты турпредприятий в будущем. В связи с этим необходимо ограничить их число.

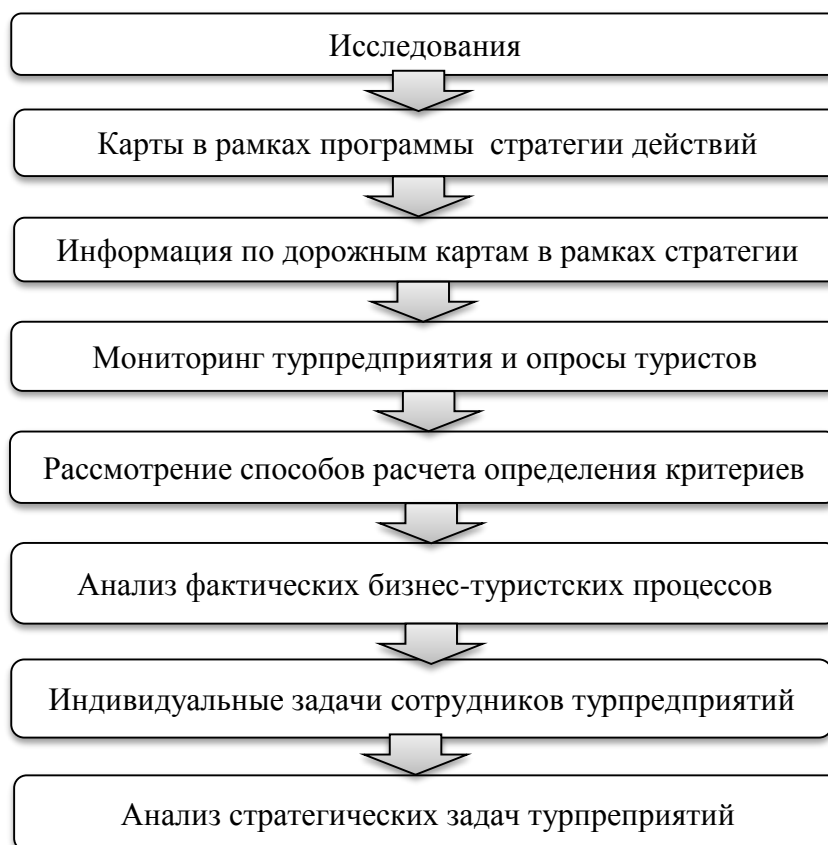


Рис. 1. Модель определения ключевых показателей эффективности туристских продуктов

Составлено авторами

Выводы и предложения.

В ходе исследования было установлено, что в среднем на туристских предприятиях возможно использовать более 60 показателей, фактически же пользователи работают только с 16. Вместе с тем, большая часть турпредприятий использует не более 20 таких показателей. Информации должно быть ровно столько, сколько ее необходимо для анализа (оценки эффективности деятельности турпредприятий). Следует отметить, что для его проведения крайне важно, чтобы исходная информация была объективной, точной и поступала в срок.

В современных условиях развития цифровой экономики наиболее распространенным способом расчета регулирования эффективности должна являться минимизация финансовых затрат. Однако не следует его рассматривать как единственный способ повышения эффективности туруслуг, поскольку достижение стратегических целей турпредприятий зависит от многих факторов. С нашей точки зрения, регулирование эффективности туристских услуг необходимо неразрывно связывать и с качеством предоставления туристских услуг. Нужно потребителю турпродукта и турпредприятию найти оптимальный вариант совместного сотрудничества, когда минимизированы финансовые затраты, но туруслуги оказываются по

факту с должным качеством. Только в таком «тандеме» возможно дальнейшее перспективное сотрудничество между потребителями туристских услуг и туристскими предприятиями, принимающих стран.

Список литературы:

1. Указ Президента РУз «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» от 7 февраля 2017 г., № УП-4947
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по кардинальному обновлению государственной политики в сфере развития экономики и сокращения бедности» №УП-5975 от 26.03.2020
3. Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019 — 2025 годах. Приложение № 1 к Указу Президента Республики Узбекистан от 5 января 2019 года № УП-5611
4. Грушенко, Э. Б. Туризм на Европейском Севере России и в Западной Арктике [Текст]: монография / Э. Б. Грушенко, А. М. Васильев. – Апатиты: Изд-во Кольского НЦ РАН, 2013. – 90 с.;
5. Даниленко, Н. Н. Обоснование инновационных аспектов методологии оценки эффективности туризма [Электронный ресурс] / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова // Сервис в России и за рубежом: электрон. журнал. – 2012. – № 6. – Режим доступа: <http://litterref.ru/yfsyfsqaspolujgmer.html>;
6. Зайналов Дж.Р., Алиева С.С. Финансовые аспекты развития сферы туризма в Узбекистане. «Халқаро ва ички туризмни ривожлантириш муаммолари», 2016 й 2-3 июнь. Республика илмий-амалий конференция материаллари. Самарқанд, СамИСИ, 2016 йл. – 75-79 б.;
7. Зайналов Ж.Р., Алиева С.С., Хусанова Д.Ш. Проблемы укрепления и управления финансами туристических предприятий. // Biznes-Эксперт. 2019. - №8. – С. 101-106
8. Исполнительный совет ЮНВТО обсуждает связи между туризмом и культурой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-10-08/ispolnitelnyi-sovetyunvto-obsuzhdaet-svyazi-mezhdu-turizmom-i-kulturoi>
9. Нарзиев М.М., Ермаков А.С., Бабакулов А.Д. Современное состояние и тенденции развития индустрии туризма и гостеприимства в Узбекистане // Сервис+. 2015. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-tendentsii-razvitiya-industrii-turizma-i-gostepriimstva-v-uzbekistane> (дата обращения: 05.11.2020).
10. Юванен, Е. И. Оценка социально-экономической эффективности внутреннего туризма в регионе (на примере Приморского края) [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Е. И. Юванен. – Владивосток, 2006. – 24 с.
11. Barros, C. P. Evaluating the efficiency of a small hotel chain with a Malmquist productivity index [Text] / C. P. Barros // International Journal of Tourism Research. – 2005. – № 7 (3). – P. 173–184;

12. Gorbunov, A.P., Gazgireeva, L.H., Burnyasheva, L.A. (2017). The Republic of Crimea: Tourist cluster as an organizational-Economic management mechanism for the formation and development of innovative potential. *Oriental Studies* Volume 32, Issue 4, 2017, Pages 182-193 DOI: 10.22162/2075-7794-2017-32-4-182-193
13. Liu, C., Dou, X., Li, J., Cai, L.A. Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China (2020) *Journal of Rural Studies*, 79, pp. 177-188.
14. Sustainable Tourism: International Cooperation for Development online tool kit and resource series. International Institute for Tourism Studies. The George Washington University. P. 84.
https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/2151/InvestmentWorkbook_4%5B2%5D.pdf
15. Valencia-Arias, A., Ocampo-Osorio, C., Quiroz-Fabra, J., Garcés-Giraldo, L.F., Valencia, J. Big data research trends in the tourism context: A bibliometric analysis [Article@Tendencias investigativas de big data en el contexto turístico: Un análisis bibliométrico] (2020) *RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*, 2020 (E36), pp. 243-256.