

УСИЛЕНИЕ РОЛИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА СНИЖЕНИЕ ДОТАЦИОННОЙ ЗАВИСИМОСТИ МЕСТНОГО БЮДЖЕТА

Нурумов О.Ё.

Ташкентский международный университет Кимё
Магистр государственных финансов

Аннотация. В статье представлены предложения и рекомендации по направлениям развития инновационной деятельности в сфере туристических услуг и совершенствованию экономических механизмов государственной поддержки туристических услуг, а также их содержанию, применению и эффективности.

Ключевые слова: туристические услуги, туристическая деятельность, рентабельность, инновации, государственная поддержка, электронная коммерция.

STRENGTHENING THE ROLE OF TOURIST SERVICES TO REDUCING THE DONATION DEPENDENCE OF LOCAL BUDGETS

Nurumov O.Yo.

Kimyo International University in Tashkent
Master of Public Finance

Abstract. The article presents proposals and recommendations on areas for developing innovative activities in the field of tourism services and improving the economic mechanisms of state support for tourism services, as well as their content, application and effectiveness.

Key words: tourism services, tourism activities, profitability, innovation, government support, e-commerce.

Туризм в современных условиях является одной из наиболее динамичных и высокодоходных отраслей экономики, обеспечивая приток инвестиций, новые рабочие места, развитие инфраструктуры, укрепление позиций малого и среднего бизнеса. Сферу туризма следует рассматривать не только в экономической плоскости, в частности, как источник налоговых поступлений в бюджет, но и в социальном аспекте, как создание условий для реализации потребностей личности в отдыхе, приобщения к культурно-историческим ценностям, познания истории, религии, традиций.

В современных условиях экономического кризиса формирование и развитие туристической привлекательности муниципального образования является одним из стратегических направлений социально-экономической деятельности современных государств. Как показывают результаты социологических исследований, уровень туристической привлекательности российских муниципальных образований достаточно низок.

Среди зарубежных и отечественных ученых, занимающихся исследованием проблем сферы туризма как социального феномена, необходимо отметить С.Коэна [1], Д.Маккенела [2], Т.И.Черняеву[3]. В данных работах ученых рассмотрен социальный аспект туризма, его характеристики и функции, а так же значение сферы туризма в социальной среде.

Так, по мнению С.Е.Щеглова, туризм по своей природе социален, так как это деятельность людей в рамках развитого цивилизационного человеческого общества. Аксиологический анализ туризма может дать многое для изучения его современного состояния, поскольку ценности входят в число основных компонентов мотивации человеческой деятельности, во многом детерминируют специфику восприятия индивидом окружающей действительности и особенности его поведения.

По существу, базовых работ, посвященных анализу именно социологических аспектов развития туризма, пока еще недостаточно, что подтверждается выводами, в том числе, С.Е.Щеглова, утверждающего, что «социологическая составляющая туризма еще недостаточно представлена в российской социологии», а сама «социология туризма в России находится на стадии институционализации». В еще меньшей степени исследованы вопросы туристической привлекательности конкретной территории. Данный аспект проблемы имеет самое важное значение, поскольку позволяет не только анализировать имидж территории, мотивы туристического выбора, но и разрабатывать направления оптимизации управления в сфере туризма, механизмы продвижения туристских услуг конкретного муниципального образования.

Из этого видно, что он входит в ряды секторов, активно обращающихся на рынках мировых стран, которые находят свое место в жизни политики и экономики разных стран. Как мы подчеркивали выше, одной из необходимых особенностей современного этапа инновационного экономического развития является повышение роли внедрения инновационных технологий в росте экономики государства, при этом стремление развитых стран к конкурировать за счет высоких технологий и нестандартных нематериальных активов.

Создание конкурентоспособной продукции, ее выпуск на туристический рынок, а также то, что полученная прибыль послужит повышению уровня жизни населения, будет способствовать повышению рейтинга экономики страны на мировом уровне. Поэтому развитие туризма важно для экономики нашей страны. В государственном законодательстве инновационный технологический процесс оценивается как конечный результат технологического процесса воссоздания или переулучшения продукции.

Для нас не секрет, что туризм развивается по нескольким направлениям. В качестве примера можно упомянуть экономику, менеджмент, лингвистику, технологию и ряд отраслей в других областях. Создаваемые инновационные инновации взаимосвязаны, и чтобы в полной мере и в совершенстве развить одну, необходимо внести аналогичные изменения в другую. Для предприятий туристической отрасли важна реализация новых инновационных идей. Примерами таких инноваций являются цифровизация, переход на онлайн-систему управления, открытие новых турпакетов и туристических направлений, увеличение вида и качества дополнительных услуг в сфере услуг.

Формирование таких идей помогает создать необходимые условия для формирования системы инновационных решений в области управления и силы инновационной стратегии. Создание нового туристического продукта осуществляется в несколько этапов. Уровень развития процесса определяется возможностью удовлетворения спроса потребительского рынка или определенного покупателя. Инновационная деятельность предприятия оценивается в зависимости от размера, вида и качественных показателей продукции. Этот процесс, развивающийся последовательно и взаимозависимо, является одним из необходимых условий экономического роста и повышения уровня жизни населения.

Как и во всех отраслях, в развитии инновационной деятельности имеются определенные отстающие направления и проблемы. В качестве слабого звена организационно-экономического механизма можно назвать механизм системы управления. В современном мире, окруженном инновациями, именно инновации являются наиболее быстро развивающейся силой экономики, для этого необходимо поддерживать все виды научно-технических инноваций в отрасли и производить конкурентоспособную продукцию. Для этого необходимо иметь всех

инновационных победителей, новые идеи, высокопотенциальных инвестиционных партнеров.

Литературы

1. Cohen E. Towards a Sociology of International Tourism // *Social Research*. — 1972. — Vol.39: 164-182

2. MacCannell D. Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Setting // *American Journal of Sociology*. — 79 (3). — P. 589-603.

3. Черняева Т.И. Туристическое потребление: стандартизация впечатлений // *Журнал социологии и социальной антропологии*. — 2009. — № 3 (48). Том XII. — С. 116-127.