

**Министерство высшего и среднего специального образования  
Республики Узбекистан**

**Самаркандский институт экономики и сервиса**

# ***РЕФЕРАТ***

**По предмету: «Финансы»**

**Тема: Основные направления финансов туризма в Республике  
Узбекистан**

***Выполнил: Студент группы МК-209***

***Саидов С.***

***Проверила: асс. Алиева С.С.***

**Самарканд – 2011**

## Содержание

Введение

1. Социально-экономическая сущность финансов туризма
2. Место туризма в национальном хозяйстве
3. Современные основы формирования системы нормативной и финансово-кредитной поддержки туризма в условиях надвигающейся угрозы кризиса

Заключение

Литература

## **Введение**

В Республике Узбекистан влияние туристской индустрии на экономику страны пока незначительно, финансирование туризма производится по остаточному признаку. Фактическое отсутствие полноценного функционирования туристской отрасли приводят к тому, что Узбекистан теряет миллиарды сумов, которые могли бы поступить в бюджет страны в случае увеличения туристского потока. Несмотря на свой колоссальный туристский потенциал, страна занимает весьма скромное место на мировом туристском рынке.

Уровень цен, сложившийся на рынке внутреннего туризма, значительно выше, чем на рынке выездного туризма, что предполагает выбор потребителя не в пользу отечественного производителя. Кроме того, низкое качество туристских услуг на узбекском рынке предопределяет их неконкурентоспособность на мировом. Это обстоятельство препятствует динамичному развитию услуг, как наиболее перспективному направлению диверсификации экономики Узбекистана. Увеличение масштабов экспорта услуг и замещение их импортом требует проведения государством активной политики в отдельных секторах, в частности, в области туризма.

Особенно актуальна эта проблема для регионов с уникальными природными и историко-культурными туристскими ресурсами. В связи с этим необходимо принятие комплекса мер по государственной поддержке развития индустрии туризма в рамках республиканских и региональных программ, а также выделение значительных денежных средств, как в форме прямого инвестирования, так и в виде налоговых льгот.

## **1. Социально-экономическая сущность финансов туризма.**

С развитием научного знания о туризме последующий предстает как системный объект изучения. Рабочие дефиниции, ограниченные узкоотраслевыми рамками, не раскрывают всего многообразия внутренних и внешних связей этого общественно-экономического явления. Поэтому возникает необходимость концептуального, или существенного, определения туризма. Оно формирует комплексное представление о предмете исследования. В научной литературе по вопросам туризма отсутствует однозначное его определение. Но несмотря на различие формулировок, все авторы включают в понятие «туризм» туристские потребности и мотивации, особенности поведения туристов, экономические отношения, складывающиеся между туристами и производителями товаров или услуг, взаимодействие сферы туризма с экономической и другими макросферами.

С экономической точки зрения, туризм – это производство и реализация тур услуг и товаров различными организациями, располагающими туристскими ресурсами.

Туризм - категория экономическая, потому, что государство, принимая туриста, продает ему местные услуги, создает рабочие места для своих граждан, получает огромные доходы от ввоза валюты. Во многих странах туризм является наиболее прибыльным видом экономической деятельности.

Основные признаки туризма, как самостоятельной отрасли:

1. Специализированная материально-техническая база;
2. Специфические природно-антропогенные ресурсы;
3. Уникальность производимых услуг и технологии обслуживания;
4. Формирующаяся, новая система управления;
5. Высокая общественная значимость, в т.ч. экономическая, социальная, политическая.

Как отрасль мирового хозяйства туризм начался с 1988 года. Занимает

1 место по обороту услуг, 2 место по валютным поступлениям, уступив первое место нефтепереработке.

Социальная сущность туризма:

- организация досуга населения;
- сглаживание различий и предупреждение конфликтов в обществе;
- формирование новых связей между отдельными людьми и группами;
- образование и повышение культурного уровня населения;
- распространение культурных ценностей.

С экономической точки зрения, туризм оказывает положительное влияние на другие отрасли народного хозяйства, стимулирует экономическое развитие территории, увеличивает занятость местного населения.

Туризм сегодня - это сфера социально-экономического комплекса, которая во многих странах превратилась в бурно развивающуюся индустрию. В настоящее время каждое 17-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.<sup>1</sup>

Международные эксперты уже разработали ряд методов, которые прямо или косвенно способствуют усилению экономических выгод туризма. Это, с одной стороны, позволяет полнее использовать внутренние ресурсы рынка, а с другой, предотвращать или смягчать потенциальные проблемы.

Прежде всего, необходимо укреплять и развивать связи между туризмом и другими секторами экономики. Благодаря этому сокращается доля импорта, которая потребляется в туристской индустрии, в то же время возрастает местная занятость и доходы от туризма. Туристскую индустрию следует стимулировать использовать больше местных товаров в ежедневном производственном процессе.

---

<sup>1</sup> Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. – с. 146.

Для того чтобы удерживать больше прибылей от туризма, эксперты ВТО предлагают государствам стимулировать владение и использование туристских объектов местными юридическими и физическими лицами. Это возможно сделать следующими способами: предоставлять инвестиционные стимулы для национального бизнеса, организуя акционерные общества, при котором часть акций будет реализована населению, создавать совместные предприятия, а также малые и средние предприятия. При этом эксперты неоднозначно подходят к привлечению иностранного капитала в национальный туризм. Дело в том, что передача крупных гостиниц в управление транснациональным корпорациям (в частности, гостиничным цепям) ведет к потере странами части доходов. Кроме того, иностранные предприятия могут подавлять местные туристические объекты при обслуживании зарубежных (а порой и местных) посетителей. В то же время это позволяет обеспечить профессиональное управление, международный маркетинг и бронирование мест. Поэтому эксперты рекомендуют допускать иностранное владение туристским объектом в том случае, если местный капитал ограничен, но в последующем по мере появления средств следует выкупать предприятия из собственности иностранных компаний.

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. Одним из основных направлений туристской политики Республики Узбекистан является всемерная поддержка внутреннего и въездного туризма, которая может проявляться в форме:

- 1) прямых инвестиций в формирование туристской инфраструктуры;
- 2) научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения национального турпродукта на мировом рынке;

3) налоговых и таможенных льгот, стимулирующих приток инвестиций.

Прямое влияние туризма на экономику страны или 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.

Развитие финансовых отношений и организация финансового механизма оказывают значительное воздействие на функционирование экономического механизма в туризме, как и в любой другой отрасли.

Финансовые отношения - это отношения, возникающие при денежном потоке, т. е. при протекающем непрерывно во времени обороте денег.

Сущность и функции финансов являются общими для всех отраслей, а особенности, в том числе и в туризме, проявляются в специфичности организации финансовых отношений и функционирования финансового механизма.

Финансы в туристской сфере являются совокупностью денежных отношений, возникающих в процессе создания, продвижения и реализации определенного туристского продукта. Что касается анализа финансовой деятельности совокупности предприятий региональной туристской индустрии, то на его основе можно отразить финансовый результат деятельности данных предприятий за определенный промежуток времени.

Следует подчеркнуть, что экономическая наука по проблемам туризма только начинает разрабатывать методику учета и расчета вклада туристской индустрии в национальное хозяйство.

По мере того, как в туризме усложнялась структура спроса и предложения, расширялись рамки интеграционных процессов (новые отрасли национального хозяйства оказались вовлеченными в туристское производство), введение государственной статистической отчетности по туризму с полным охватом всех действующих субъектов, осуществляющих туристскую деятельность в определенном регионе с рычагами воздействия к

нарушителям отчетной дисциплины на постоянной основе, согласно законодательству, позволит совершенствовать региональный туристский рынок.

Финансы туристской фирмы - это финансы хозяйствующего субъекта. В задачи турфирмы входит формирование денежных фондов и их использование в целях осуществления своей производственно-обслуживающей и финансовой деятельности, получения прибыли, обеспечения финансовой устойчивости. В ходе производственно-обслуживающего процесса возникают многочисленные финансовые отношения: турагента с туроператором, турагента с другим турагентом, турфирмы с органами жилищно-коммунального хозяйства по оплате аренды и коммунальных услуг, турфирмы со своими работниками, турфирмы с банковской системой, турфирмы с бюджетом и внебюджетными фондами, с налоговой службой и многие другие.

В туризме все вышеперечисленные отношения имеют свои особенности:

1. Для туризма характерна особая схема кругооборота оборотных средств;
2. Своеобразие кругооборота оборотных средств в туризме сказывается на скорости их оборота;
3. Для турфирм характерны особый состав и структура финансовых ресурсов;
4. Для турфирм характерны особый состав и структура источников финансовых ресурсов;
5. Туристские фирмы не пользуются кредитованием под оборотные средства, так как источник финансовых ресурсов туристской фирмы - собственные и привлеченные средства;
6. Своеобразность финансовых отношений также обусловлена особенностями ценообразования на продукцию туризма.

Для того чтобы разобраться во всем множестве запутанных процессов, протекающих в туризме как экономической системе, представим его в виде

циклической модели с непрерывной чередой актов производства и потребления туристских продуктов (рис. №1). Во избежание перезагрузки модели абстрагируемся от физического потока и сосредоточим внимание на движении денежных средств.

Познание природы и функций разных элементов этой системы, а также существующих связей между ними позволяет понять ее поведение, раскрыть механизм функционирования. На рисунке слева расположен сектор посетителей. Они выступают в роли покупателей, предъявляющих туристский спрос. Спрос на путешествия он выражает, оплачивая туристские товары и услуги.

Посетителям противостоят продавцы (справа). Производители товаров и услуг формируют туристское предложение. Они приобретают производственные ресурсы, комбинируют их в процессе производства туристических продуктов и реализуют созданные блага посетителям, получая доход от продаж. Будучи потребленными, товары и услуги заканчивают свой кругооборот, за которым следует новый – результат повторного использования имеющихся производственных факторов.

Расширение туристской деятельности, обустройство новых территорий, строительство курортных комплексов требуют больших капитальных вложений. Как правило, крупные проекты финансируются из разных источников. В их реализации на долевой основе принимают участие государственные структуры, частные финансовые учреждения (национальные и зарубежные), международные организации и т.д.

Рост капитальных вложений и увеличение реального объема производства, вызванные повышением туристского спроса, являются верными признаками активизации экономической деятельности. Импульс роста, зародившийся в сфере туризма, передается по цепочке другим отраслям экономики. В них разворачивается инвестиционная деятельность, создаются новые рабочие места, расширяется торговый оборот и, как следствие, увеличиваются доходы – заработная плата, рента, процент и



*Рис. №1. Туризм как экономическая система*

прибыль. Часть полученных доходов, которая также имеет тенденцию роста, поступает государству в форме налогов. Кроме того, казна пополняется за счет импортных таможенных пошлин. Собранные таким образом средства вновь могут быть направлены на финансирование туристских проектов, оказание помощи при организации отдыха социально уязвимых групп населения, на развитие системы профессиональной подготовки туристских кадров и т.д.

Распределяя денежные средства на новое строительство и капитальное переоборудование туристских объектов, государство и другие инвесторы стремятся получить выгоду от предоставления займов. Они рассчитывают в срок вернуть вложенный капитал и проценты на него. Материальные интересы заставляют инвесторов искать наилучшие условия кредитования. С такой целью они выходят на зарубежные туристские рынки, становясь экспортерами капиталов. Все это дает основание рассматривать туризм как рыночную систему.

## **2. Место туризма в национальном хозяйстве.**

В настоящее время практически во всех регионах Узбекистана ощущается острая нехватка полной информации о финансовом вкладе туризма в экономику, как отдельных регионов, так и республики в целом. Хотя достоверные исходные данные, отражающие уровень и значимость развития этого экономического сектора, позволили бы проводить соответствующую региональную финансово-экономическую политику.

Разработка научно обоснованных методологических и практических рекомендаций по совершенствованию модели региональной статистики предполагает финансово-экономическую и организационно-качественную готовность региональных органов власти самостоятельно вести статистический учет и первичную обработку туристской информации, при условии, что государственные полномочия в объеме, необходимом для

ведения региональной и муниципальной статистики, будут переданы на региональный уровень.

Региональным органам управления необходимо, на мой взгляд, внедрять инновационные подходы к финансовому и организационно-качественному регулированию предприятий региональной туристской индустрии, поскольку количество их год от года растет, а качество предоставляемых услуг до сих пор оставляет желать лучшего.

В настоящее время одной из главных задач развития туристской инфраструктуры является повышение качества и расширение ассортимента оказываемых услуг, а также обеспечение комплексности туристского обслуживания, для чего необходимо создать высокоэффективный качественный региональный туристский продукт.

При этом качество туристского продукта является комплексным понятием, отражающим эффективность всех сторон деятельности предприятий туристского бизнеса, а качество туристского процесса – понятие, выделяющее и характеризующее посредством сопоставления с ГОСТами или стандартами качественной оценки удовлетворения функциональной и технической сторон обслуживания туристов и экскурсантов с использованием четких критериев и индикаторов оценки достижения этих результатов.

Организация любого туристского процесса требует от руководителей региональных туристских предприятий повысить качество управления и ответственность за обеспечение планируемых результатов, с целью развития устойчивого спроса на региональный туристский продукт.

Туристский процесс производства товаров и услуг с включением в него организационно-качественного механизма, на мой взгляд – это совокупность способов и методов обеспечения системного подхода в реализации данного процесса, одним из которых является совершенствование модели региональной статистики по туризму.

Концепция механизма организационно-качественных параметров туристского рынка выражается в системном подходе, при котором создаются условия, способствующие наиболее полному и эффективному использованию потенциала регионального туристского рынка за счет управляющих воздействий на его показатели.

Совершенствование таких характеристик, как качество турпродукта и управление качеством (как процессом) обуславливает возможность ускорения формирования и развития качественной инфраструктуры регионального туристского рынка, что предполагает увеличение туристских потоков, а значит и финансовых потоков в республиканский и региональные бюджеты.

На современном этапе развития туристского бизнеса в Республике Узбекистан роль воздействия механизма организационно-качественных параметров на процесс совершенствования регионального туристского рынка является актуальной и значимой.

Валовой внутренний продукт является самым широким показателем товаров и услуг, которые производятся благодаря экономической деятельности внутри страны, включая туризм. Например, значительную долю в экспорте и импорте Узбекистана в 2008 году составляли услуги. В то же время эксперты считают целесообразным рассчитывать долю туризма в ВВП, но это требует сложного анализа системы национальных счетов с использованием вспомогательных счетов. Доходы, полученные от туризма НК «Узбектуризм», мало отличаются от той суммы, что заработали другие предприятия, обслуживающие туристов, и поэтому по деятельности одной, пусть и самой большой в республике компании, нельзя судить об экономической эффективности туризма. Более того, этот показатель настолько обширен, что многим жителям страны трудно понять, как ВВП влияет на их собственное благосостояние.

В то же время существуют различия в понятии экспорта товаров и поступлений от туризма. При экспорте товар физически переносится

потребителю, а при экспорте туризма наоборот, потребитель доставляется к товару, чтобы употребить его на месте. При этом доля объема экспорта услуг в общем объеме валового внутреннего продукта Республики Узбекистан определяется как сумма всех отдельно взятых затрат туристов со дня приобретения ими путевок или принятия решения посетить страну.

Что касается доли туристского обслуживания, то она составляет всего лишь 20% в общем объеме экспорта туристских услуг, а 80% экспорта туристских услуг приходится на объем выполненных работ другими ведомствами и министерствами республики. В настоящее время доля НК «Узбектуризм» в общем экспорте услуг приблизительно составляет 6-8%.<sup>2</sup>

Одним из путей укрепления туризма в Узбекистане, по мнению специалистов, является его выделение в самостоятельную отрасль народного хозяйства. В настоящее время НК «Узбектуризм» классифицируется как подотрасль и включена в сферу услуг. По данным СамРОНК «Узбектуризм» в 2008г. туристическими фирмами было обслужено 101732 туристов (что на 74% больше, чем в 2005 году), в том числе 73767 иностранных туристов. Было предоставлено услуг на сумму 14614275,4 тыс. сум. В 2005 году эта сумма составляла 5655476,2 тыс. сум. Другие эксперты считают, что в Узбекистане туризм еще не стал весомым, поскольку объем предоставленных им услуг едва достигает 0,5-0,6% ВВП республики, и это совершенно мало, учитывая огромный потенциал, которым располагает Узбекистан.<sup>3</sup>

Как я уже отметил выше, туризм – это не обособленная отрасль, она развивается на одном «дыхании» с другими секторами экономики. И от ситуации в смежных сферах в итоге зависит положение в индустрии гостеприимства. Туризм является одной из ведущих и динамично развивающихся отраслей мировой экономики и служит важным источником валютных поступлений для многих стран мира. В США, Италии, Испании, Франции и в ряде других стран туризм играет значительную роль в

---

<sup>2</sup> Тухлиев И., Таксанов А. Экономика большого туризма. - Т.: Узбекистон миллий энциклопедияси, 2001. – с. 55.

<sup>3</sup> Пугач И. Экспортный потенциал туризма в Узбекистане // Экономическое обозрение. – 2005. - №6(69). – с.35.

формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечения занятости населения. Так, на долю туризма приходится 6,1% мирового ВВП и 7% мировых инвестиций.<sup>4</sup>

По мнению некоторых экспертов, тем больше туризм создает ВВП или ВВП, тем сильнее страна, тем сильнее эта отрасль. При этом они ссылаются на статистические данные государств, где туризм создает до 30% ВВП, а в островных государствах эта цифра достигает 80-90%. Туризм является основным там, где нет ресурсов для развития отраслей иного характера, в частности, такая ситуация отмечается на островных государствах (Гавайи, Ямайка и т.п.). Поэтому это вынуждает население искать менее капиталоемкие, но в тоже время доходные сектора экономики.

Статистика не всегда может раскрыть все процессы, происходящие в сфере туризма. В Узбекистане сложность у статистики вызывают расчеты, связанные с определением доли туризма в национальной экономике. Необходимо наличие базовых показателей, которых, к сожалению, в Узбекистане нет, так как не существует точных цифр об объемах визитов в республику, экспорта – импорта туристских услуг, поступлениях в бюджет от туристической деятельности. И самое важное, туризм, как и любая другая сфера экономики, имеет теневые отношения, и другое дело, что рамки этих отношений зависят от общей экономической ситуации в стране. Чем прозрачнее финансовые потоки и эффективнее государственный менеджмент, тем меньше коррупции и «тени» в туризме.

Но, тем не менее, доля туризма в национальной экономике и международной торговле превратила его в важный показатель мирового развития. Его постоянная роль в национальной экономической деятельности и в международном обмене и его влияние на выравнивание баланса внешней торговли превращают его в одну из отраслей мировой экономической деятельности.

---

<sup>4</sup> по материалам сайта [www. centrasia. ru](http://www.centrasia.ru)

### **1.3. Современные основы формирования системы нормативной и финансово-кредитной поддержки туризма в условиях надвигающейся угрозы кризиса.**

Национальный туризм в Узбекистане начал полноценно развиваться фактически с 1992 года, когда на базе разноведомственных структур и организаций была создана Национальная компания «Узбектуризм». Данная компания была создана Указом Президента Республики Узбекистан от 27 июля 1992 года «Об образовании Национальной компании «Узбектуризм». Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 15 февраля 1993 года утвержден устав НК «Узбектуризм».

Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан 8 августа 1998 года «О совершенствовании организации деятельности туристических организаций» в качестве ассоциированного члена в НК «Узбектуризм» вступила Ассоциация частных туристических организаций. НК «Узбектуризм» является хозяйственной организацией, наделенной правами государственного управления внешнеэкономической деятельности. Основная цель – содействие формированию национальной модели социально-экономического развития страны, поднятие авторитета республики за рубежом и достижение оптимального платежного баланса по статье путешествий и туризма.

Прежде всего, не существует идеальной формулы, позволяющей государству создать совершенный механизм управления туризмом. Решение задач, стоящих перед национальными туристскими агентствами (НТА) различных стран, зависит от внутренней экономической ситуации и стратегии государственных органов на внешнем рынке.

Как считают эксперты, основными задачами государства и НТА являются:

- формирование имиджа и привлекательности страны для зарубежных туристов;

- максимальное увеличение дохода и выгод для национальной экономики;
- борьба с неудачами на международном, региональном и внутренних рынках.

Для выполнения этих задач необходимо максимальное увеличение валютных, финансовых и материально-технических поступлений от международного туризма.

Какие же законодательные компоненты, связанные с туристской деятельностью, функционируют в Республике Узбекистан?

Во-первых, это разработка политики, законодательства и льгот развития туризма. 20 августа 1999 года Постановлением Олий Мажлиса Республики Узбекистан введен в действие Закон «О туризме» №831-І. Целью настоящего Закона является правовое регулирование отношений в сфере туризма, развитие рынка туристских услуг, а также защита прав и законных интересов туристов и субъектов туристской деятельности; Указ Президента Республики Узбекистан «О государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» от 15 апреля 1999 года; Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №484 от 20 октября 1992 года «О вопросах организации деятельности Национальной компании «Узбектуризм»; Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 11 ноября 2003 года №497 «Об утверждении Положения «О лицензировании туристской деятельности». В настоящее Постановление внесены изменения в соответствии с Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 26 июля 2004 года №358; Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О дальнейшем совершенствовании деятельности Национальной компании «Узбектуризм» №360 от 28 июля 2004 года.

Национальная компания «Узбектуризм» разрабатывает и координирует общую политику в сфере национального туризма, обеспечивает ее стыковку с международным. Компания также обосновывает те или иные нормативно-правовые акты и положения подзаконного характера, например, проведение расчетов между турпредприятиями через кредитные карточки,

особенности валютных операций и прочее. Некоторые эксперты полагают, что здесь можно рассматривать и такие специфические вопросы, как обоснование льгот, необходимых для развития социального туризма.

В соответствии с Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан №484 от 20 октября 1992 года «О вопросах организации деятельности Национальной компании «Узбектуризм» Национальная компания «Узбектуризм» имеет право:

- создавать, при необходимости, новые организации, реорганизовывать и ликвидировать существующие подразделения, осуществлять меры по совершенствованию хозяйственного механизма для обеспечения эффективной работы всего туристического комплекса республики;
- вступать по поручению Правительства республики в международные туристические организации, открывать представительства, коммерческие центры, информационно-рекламные бюро за границей;
- выдавать сертификаты предприятиям и организациям, расположенным на территории республики, предметом деятельности которых является сфера туризма, обеспечивать аккредитацию иностранных туристических фирм и компаний в Узбекистане;
- создавать новые, принятые в мировой практике и приносящие прибыль, виды отдыха, туризма, развлечений и услуг. Производить в установленном порядке экспортно-импортные операции с товарами по закрепленной компанией номенклатуре;
- разрабатывать и утверждать, в пределах наделенных полномочий, нормативные и методические документы, обязательные для исполнения всеми министерствами, ведомствами, Советом Министров Республики Каракалпакстан, местными органами власти, организациями и предприятиями, независимо от ведомственной подчиненности и форм собственности.

Что касается льгот для туристской сферы, то они государством уже определены. Их можно разделить по двум категориям.

Первая категория предоставляет льготы, исходя из отраслевой принадлежности фирмы. Так, освобождаются от уплаты налога на вывозимую прибыль сроком на 5 лет иностранные инвесторы, создающие совместные предприятия в сфере туризма в Самарканде, Хиве, Бухаре и Ташкенте. Кроме того, Указом Президента Республики Узбекистан И. Каримова «О мерах по активизации участия Республики Узбекистан в возрождении Великого шелкового пути и развитию международного туризма в республике», рекомендуется коммерческим банкам предоставлять предпринимателям при строительстве ими частных гостиниц и объектов гостиничной инфраструктуры кредиты со сроком погашения не менее пяти лет. Другим Указом «О Государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» введены льготы на растаможивание оборудования, предназначенного для туризма.

В дополнение к первой категории стоит сказать, что туристские фирмы освобождаются от уплаты налога на доходы (прибыль), земельного налога на период с момента создания до получения первой прибыли, но на срок не более трех лет с момента их регистрации. В первый год получения прибыли они уплачивают 50% налога, во второй – 75%, начиная с третьего года – 100%.<sup>5</sup> Кроме того, от налога на добавленную стоимость освобождаются такие формы туризма: медицинские, санаторно-курортные и оздоровительные, туристско-экскурсионные услуги, услуги учреждений физической культуры и спорта по основной (профильной) деятельности, детских лагерей отдыха. Касаясь льгот, стоит заметить, что туристские фирмы также не облагаются налогом на имущество, но на срок не более 3 лет с момента регистрации. Эти же предприятия освобождаются от налога на транспортные средства на период с момента создания до получения первой прибыли, но на срок не более трех лет с момента регистрации.

---

<sup>5</sup> Тухлиев И., Таксанов А. Экономика большого туризма. – Т.: Узбекистон миллий энциклопедияси, 2001. – с. 12.

Вторая категория – это общие льготы, предоставляемые независимо от сферы деятельности. Здесь турфирма может иметь и другие льготы, которые распространяются на малый и средний бизнес, иностранные инвестиции. Например, если последующее законодательство Узбекистана ухудшает условия инвестирования, то к иностранным инвестициям в течение 10 лет применяется законодательство, действующее на момент осуществления инвестиций. Ставка налога на прибыль (доход) предприятий снижается на 20% при доле экспорта в общем объеме производимой продукции от 5 до 10%; 30% - при данном показателе от 10 до 20%; 40% - при показателе от 20 до 30%, 50% - от 30 и более процентов.<sup>6</sup>

Другой льготой является то, что по итогам отчетного года выручка в СКВ, полученная предприятиями от прироста объемов экспорта товаров (работ, услуг), освобождается от уплаты налога на прибыль. С прибыли СП с долей иностранного капитала в уставном фонде более 30%, а также иностранных предприятий, их филиалов, представительств и дочерних предприятий применяется ставка на прибыль в размере 25%. Если турфирма экспортирует товары собственного производства, то они не облагаются акцизом, а если СП производит экспортоориентированную и импортозамещающую продукцию, то ему предоставлено право на получение налогового кредита для развития производств, то есть отсрочка на срок до 2 лет причитающихся в бюджет платежей по налогу на НДС и земельному налогу. Туристская фирма в форме СП, если в ее уставном фонде не менее 500 тыс. долл. США, освобождается от уплаты налога на имущество. Более того, в Узбекистан ввозится личное имущество иностранных граждан-сотрудников туристских СП и для производственных нужд, то оно освобождается от уплаты таможенной пошлины.

Одной из форм государственного регулирования туризма является лицензирование, предусматривающее выдачу специального разрешения

---

<sup>6</sup> Тухлиев И., Таксанов А. Экономика большого туризма. – Т.: Узбекистон миллий энциклопедияси, 2001. – с.12.

(лицензии) на осуществление туристской деятельности. Цель лицензирования состоит в обеспечении защиты прав и законных интересов государства и потребителей туристских услуг, повышении уровня туристского обслуживания, приведение его в соответствие с международными требованиями.

Лицензирование – проведение мероприятий, связанных с предоставлением соискателям лицензий, переоформлением документов, подтверждающих наличие лицензий, приостановление и возобновлением действия лицензий, аннулированием лицензий и контролем лицензирующих органов за соблюдением лицензиатами при осуществлении туристской деятельности соответствующих лицензионных требований и условий.

Порядок и условия лицензирования в туризме регулируются соответствующими постановлениями правительства и положениями лицензионных органов.

Лицензирующим органом является орган государственного управления туризмом.

Лицензирующими органами осуществляется контроль за соблюдением лицензиатом лицензионных требований и условий. При этом лицензирующие органы имеют право:

- Проводить проверки деятельности лицензиата на предмет соответствия лицензионным требованиям и условиям;
- Запрашивать у лицензиата необходимые объяснения и документы при ведении проверок;
- Составлять на основании результатов проверок акты с указанием контрольных нарушений;
- Выносить решения, обязывающие лицензиата устранять выявленные нарушения, устанавливать сроки их устранения, делать предупреждение лицензиату.

Лицензирующие органы имеют право приостанавливать действие лицензии в случаи выявления неоднократных нарушений и грубого

нарушения лицензиатом лицензионных требований и условий, при этом устанавливается срок, в течении которого лицензиат обязан устранить выявленные нарушения. В случае, если в этот срок лицензиат не устранил указанные в акте проверки нарушения, лицензирующий орган обязан обратиться в суд с заявлением об аннулировании лицензии. Последняя теряет юридическую силу так же в случае ликвидации юридического лица или прекращения его деятельности в результате реорганизации либо прекращения действия свидетельства о государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя.

Лицензирование туристской деятельности, соблюдение лицензионных требований и условий способствуют обеспечению и поддержанию высокого уровня обслуживания, а так же защите прав потребителей туристских услуг.

Важнейшим инструментом государственного регулирования туристской деятельности и защиты прав потребителей туристских услуг является стандартизация.

Стандартизация – это деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на потребление услуг надлежащего качества за соответственную цену, а так же право на безопасность и комфортность труда.

Цель стандартизации – достижение оптимальной степени упорядочения в той или иной области посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований, норм для решения реально существующих, планируемых или потенциальных задач.

## Заключение

Изучение литературы и практических данных по избранной теме работы позволило сделать следующие выводы:

- в условиях рыночных отношений туризм в республике призван стать важным фактором стабилизации национальной экономики и служить одним из источников увеличения ВВП и пополнения государственного бюджета;
- несмотря на определенные сдвиги в деле развития международного туризма в республике, важнейшей проблемой в этом деле остаётся качество реализуемого туристического продукта. Состояние туризма, как важнейшего сектора экономики Узбекистана, не отвечает современным тенденциям, складывающимся на основных зарубежных рынках, генерирующих потоки туристов;
- анализ состояния экспорта туристического продукта республики показывает его весьма слабую конкурентоспособность, вернее неконкурентоспособность. Доходы от туризма, по примерным подсчётам, составляют лишь около 1 процента в структуре ВВП страны. Конкретных официальных данных по этому показателю, найти весьма трудно. Отсутствие необходимой статистической информации по производству и реализации туристического продукта не позволяет проводить глубокие научные исследования и выработать научно обоснованную стратегию развития туризма в стране. По этой причине многие Программы развития туризма остаются невыполненными;
- важнейшим фактором повышения конкурентоспособности узбекского туристического продукта является либерализация деятельности туристических фирм, прозрачность их финансовой деятельности, периодическая отчетность по выполнению государственных программ. Информации о туристической деятельности даст возможность определить долю туризма в ВВП страны, анализировать тенденции и, на этой основе, принимать меры по эффективности инвестиций в эту сферу;

- другим фактором повышения конкурентоспособности узбекского туризма следует считать эффективную государственную политику по регулированию и стимулированию развития малого бизнеса и частного предпринимательства в этой сфере;
- реформы в системе управления туризмом должны предусмотреть активизацию роли областных организаций национальной компании «Узбектуризм» и местных органов власти. Финансовая деятельность туристических фирм должна быть подконтрольной местным (городским) органам управления. Туристические фирмы должны вносить свою долю в местный бюджет. В свою очередь, городские органы управления должны быть заинтересованными в увеличении количества туристов, производства туристического продукта, в использовании такой возможности для создания дополнительных рабочих мест;
- среди факторов повышения конкурентоспособности узбекского туризма следует отнести диверсификацию туристических услуг, устранение препятствий для развития предпринимательской инициативы, укрепление сотрудничества государственного и частного секторов в сфере туризма;
- недостаточно привлекаются иностранные инвестиции в развитие отрасли.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конституция Республики Узбекистан. - Т.: Узбекистон, 2002
2. Закон Республики Узбекистан «О туризме» от 20 августа 1999г. №830-І.
3. Закон Республики Узбекистан «Об охране и использовании объектов культурного наследия» от 30 августа 2001г. №269-ІІ.
4. Закон Республики Узбекистан «О вывозе и ввозе культурных ценностей» от 29 августа 1998г. №678-І.
5. Закон Республики Узбекистан «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 25 мая 2000г. №71-І.
6. Закон Республики Узбекистан «О стандартизации» от 28 декабря 1993г. №1002-ХІІ.
7. Закон Республики Узбекистан «Об иностранных инвестициях» от 30 апреля 1998г. №609-І.
8. Закон Республики Узбекистан «О гарантиях и мерах защиты прав иностранных инвесторов» от 30 апреля 1998г. №611-ІІ.
9. Указ Президента Республики Узбекистан от 27 июля 1992г. №УП-447 «Об образовании Национальной компании «Узбектуризм».
10. Указ Президента Республики Узбекистан от 15 апреля 1999г. №УП-2286 «О государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года».
11. Постановление Президента Республики Узбекистан от 17 апреля 2006г. №ПП-325 «О мерах по ускорению развития сферы услуг и сервиса в Республике Узбекистан в 2006-2010гг.».
12. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 11 ноября 2003г. №497 «Об утверждении положения о лицензировании туристической деятельности».
13. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 28 июля 2004г. №360 «О дальнейшем совершенствовании деятельности Национальной компании «Узбектуризм».
14. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 8 августа 1998г. №346 «О совершенствовании организации деятельности туристических организаций».
15. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 6 июля 2004г. №318 «О дополнительных мерах по упрощению процедуры сертификации продукции».
16. Каримов И.А. Гарантия нашей благополучной жизни – построение демократического правового государства, либеральной экономики и основ гражданского общества. - Т.: Узбекистон, 2007. - 64 с.
17. Каримов И.А. Либерализация общества, углубление реформ, повышение духовности и уровня жизни народа – критерий и цель всей нашей деятельности. - Т.: Узбекистон, 2007. - 208 с.
18. Каримов И.А. Узбекистан на пороге XXI века. Угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса. - Т.: Узбекистон, 1997.

19. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистан. – Т.: Узбекистон, 2009. – 48с.
20. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 176с.
21. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой: Пер. с польск. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320с.
22. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 200. – 368с.
23. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320с.
24. Квартальнов В.А. Теории и практика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 672с.
25. Козырева Т.В. Учет издержек в туризме: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 224с.
26. Козырева Т.В. Управленческий учет в туризме: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 160с.
27. Менеджмент туризма: Финансы и бухгалтерский учет в туризме: Учебник/Под ред. В.А.Квартального. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 336с.
28. Соболева Е.А., Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы: Учеб.-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 128с.
29. Тухлиев И., Таксанов А. Экономика большого туризма. – Т.: Узбекистон миллий энциклопедияси, 2001. – 208с.
30. Быев В. Туристический потенциал нашей страны // Народное слово. – 2007. – 18 октября. – с.1.
31. Гольшева Е. Мировые тенденции и развитие туристского потенциала Узбекистана // Экономическое обозрение. – 2004. – №10. – с.54-60.
32. Данилов С. Великий – значит очень важный (Великий Шелковый путь) // Бизнес-вестник Востока. – 2008. – №32 (22 апреля). – с.14.
33. Данилов С. Макроэкономические испытания туризма // Бизнес-вестник Востока. – 2008. – №73 (4 сентября). – с.12.
34. Данилов С. Туризм Узбекистана: услуги – плюс, налоги – минус // Бизнес-вестник Востока. – 2008. – №23 (20 марта). – с.15.
35. Данилов С. Туризм региона: программный подход // Рынок, деньги и кредит. – 2008. – №3. – с.53-57.
36. Данилов С. Мировой туризм: трудная дорога в светлое будущее // Бизнес-вестник Востока. – 2006. – №102 (11 ноября). – с.18.
37. Кулиев Б. Узбекистан как центр туризма // Бизнес-вестник Востока. – 2007. – №148 (11 декабря). – с.13.
38. Мирбабаев Б. Туризм в Узбекистане: новые горизонты // Экономическое обозрение. – 2008. – №4. – с.92-96.
39. Мирзаев Р. О национальном туристическом бренде Узбекистана // Экономический вестник Узбекистана. – 2004. – №5-6. – с.61-63.

40. Намозов О. Взгляд на экономику международного туризма // Экономическое обозрение. – 2005. – №5. – с.14-18.
41. Пугач И. Экспортный потенциал туризма в Узбекистане // Экономическое обозрение. – 2005. – №6 (69). – с.32-40.
42. Тураев Б. Туристско-рекреационный потенциал Самаркандской области // Рынок, деньги и кредит. – 2004. – №10. – с.51-54.
43. Усманова Д. Развитие туристского сервиса (на примере туристских организаций города Самарканда) // Рынок, деньги и кредит. – 2007. – №11. – с.56-59.
44. Файзиева Ш. Основные направления развития туризма в Узбекистане // Экономический вестник Узбекистана. – 2004. – №3-4. – с.61-63.
45. Хамидов О. Потенциал предприятий туристского комплекса Республики Узбекистан // Рынок, деньги и кредит. – 2005. – №5. – с.64-66.
46. Хамидов О. Разработка конкурентной стратегии туристического предприятия // Рынок, деньги и кредит. – 2003. – №4. – с.58-61.
47. Хенрик Ф. Инструменты поддержки качества в туристических компаниях и дестинациях // Туризм: право и экономика. – 2006. – №6. – с.28-31.
48. Черкасова И.И. Мультипликативный эффект от развития туризма в валовом региональном продукте // Финансы. – 2007. – №2. – с.75-76.
49. Интернет сайты:
  - [www.goldenpages.uz](http://www.goldenpages.uz)
  - [www.lex.uz](http://www.lex.uz)
  - [www.minjust.uz](http://www.minjust.uz)
  - [www.gov.uz](http://www.gov.uz)
  - [www.tourlib.net](http://www.tourlib.net)
  - [www.asia-travel.uz](http://www.asia-travel.uz)
  - [www.centrasia.uz](http://www.centrasia.uz)
  - [www.uzbektourism.uz](http://www.uzbektourism.uz)