

Научная статья

Original article

УДК 339.9

DOI 10.55186/27131424\_2023\_5\_6\_10



**ТУРИЗМ И МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО: ОПЫТ ОБМЕНА  
ЗНАНИЯМИ И ПЕРЕДАЧИ ТЕХНОЛОГИЙ**

**TOURISM AND INTERNATIONAL COOPERATION: EXPERIENCE IN  
KNOWLEDGE SHARING AND TECHNOLOGY TRANSFER**

**Успаева Милана Гумкиевна**, кандидат экономических наук, доцента кафедры «Финансов, кредита и антимонопольного регулирования», ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова» (366021 Россия, г. Грозный, ул. Асланбека Шерипова, д. 32), тел. +7(495)157-07-75, mguspaeva@mail.ru

**Гачаев Ахмед Магомедович**, Заведующий кафедрой «Высшая и прикладная математика», доцент, ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова» (364024 Россия, г. Грозный, ул. проспект Хусейна Исаева, д. 100 (подъезд 1), тел. +7(495)061-68-46, Gachaev-chr@mail.ru

**Milana G. Uspaeva**, Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Antimonopoly Regulation, A.A. Kadyrov Chechen State University (32 Aslanbek Sheripov str., Grozny, 366021 Russia), tel. +7(495)157-07-75, mguspaeva@mail.ru

**Akhmed M. Gachaev**, Head of the Department of Higher and Applied Mathematics, Associate Professor, Grozny State Petroleum Technical University. academician M.D.

## Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

Millionshchikova" (364024 Russia, Grozny, Prospekt Huseyn Isaev str., 100 (entrance 1), tel. +7(495)061-68-46, Gachaev-chr@mail.ru

**Аннотация.** В экономике рост рыночных отношений повысил значение туризма как быстро преобразующего средства предпринимательской деятельности. Развертывание туристической деятельности может иметь серьезные последствия для общественного здравоохранения, окружающей среды и демографии. Тем не менее, распределение ресурсов имеет важное значение для успеха любых операций. В экономике такие ресурсы предоставляются за счет инвестиций.

Вливание инвестиций является важнейшим элементом национального экономического прогресса и расширения. Примечательно, что эксперты Запада оценили 26 стран, входивших когда-то в состав СССР и имевших социалистический строй. Для объективной оценки использовалось 11 показателей. Узбекистан занял 20-е место с общим рейтингом 3,0, что выше, чем у Таджикистана, получившего рейтинг 1,6. При рассмотрении показателей Чешская Республика вышла в лидеры с результатом 8,6. Криминализация экономики является серьезным барьером для иностранных инвесторов, особенно по сравнению с другими постсоциалистическими республиками. Стоит отметить, что теневой сектор экономики составляет значительную долю ВВП: по оценкам Всемирного банка, он составляет 45%.

Однако туризм является одной из быстро развивающихся отраслей народного хозяйства Узбекистана. Поэтому механизм и принципы инвестирования в этой сфере определяются государственной инвестиционной политикой и действующим законодательством, что детерминирует целесообразность рассматривать капиталовложения в следующих аспектах: микроуровень (инвестиции на конкретном туристическом предприятии, определяются инвестиционной стратегией турфирмы); макроуровень (управление инвестиционной политикой государства, области, региона); взаимодействие макро - и микро - уровней в инвестиционной сфере.

**Abstract.** As market relations progress within the economy, tourism is becoming increasingly significant as a mobile entrepreneurial arena. The responsibilities of tourism endeavors extend beyond mere fiscal concerns and also include tackling public health, environmental, and demographic issues. Of course, any type of progress requires resources, and within the economics industry, these resources are investments.

Ascertaining the import of investments is a fundamental facet of the national economy's growth. In scrutinizing 26 countries that were previously socialist or a part of the USSR, Western professionals evaluated 11 parameters. Upliftingly, Uzbekistan outperformed Tajikistan with an indicator of 3.0, placing 20th on the list. For reference, the Czech Republic held a rating of 8.6. The deterrence of foreign investors is largely attributed to the extensive criminalization of the economy, particularly in comparison to other republics that have undergone socialism. However, it must be noted that the World Bank has conservatively reported the shadow economy to comprise a staggering 45% of the country's GDP.

However, tourism is one of the rapidly developing sectors of the national economy of Uzbekistan. Therefore, the mechanism and principles of investment in this area are determined by the state investment policy and current legislation, which determines the expediency of considering investments in the following aspects: micro-level (investments in a specific tourist enterprise, determined by the investment strategy of a travel agency); macro-level (management of investment policy of the state, region, region); interaction of macro- and micro-levels in investment the sphere.

**Ключевые слова:** *макроуровень, политика, стратегия, инвестиции, целесообразность*

**Keywords:** *macro level, policy, strategy, investment, expediency*

Наиболее наглядным с точки зрения выявления несоответствий в механизме регулирования инвестиционной деятельности как в туризме, так и в других сферах предпринимательской активности, является столкновение интересов государства и субъектов деятельности, а также роль и интересы инвестора в этой взаимосвязи [2].

Туристическая деятельность имеет ряд особенностей как в своем развитии, так и в специфике инвестирования. Всю совокупность этих особенностей можно рассматривать в трех измерениях: экономические предпосылки инвестиций, суть организационного механизма инвестиционного процесса и экологический аудит потенциальных объектов инвестирования. Анализ этих направлений позволит выделить сильные и слабые моменты инвестирования в области туризма.

Государственное управление выдвигает ряд требований к ведению хозяйственной деятельности в рамках национальной экономики. Формирование инвестиционной стратегии должно базироваться на этих требованиях и соответствовать социальному заказу общества. Учитывая эту взаимосвязь, попробуем оценить механизм (источники и методы) инвестирования в туризм, что и станет характеристикой экономических предпосылок инвестирования. Основные направления капиталовложений в отрасль туризма определяются приоритетными направлениями развития этой отрасли экономики [5].

Инвестиционная политика в государстве предлагает источники и методы вложения капитала, которые в основном состоят из предоставляемых государством.

Туристическая инфраструктура имеет потенциал для улучшения благодаря существованию реинвестированной прибыли туристических предприятий, которые занимаются улучшением условий обслуживания клиентов.

Для улучшения объектов, предоставляющих услуги, реализуются антиинфляционные меры по сохранению амортизационных отчислений.

Научно обоснованные и тщательно продуманные бюджетные меры включают реализацию региональных программ развития, главным образом в сфере туризма, а также создание объектов, которые формируют структуры и поддерживают государственную инфраструктуру для контроля за ростом туризма. Чтобы завершить этот план управления на высоком уровне, рациональные связи между регионами должны сочетаться с поддержкой научного и производственного потенциала.

У развивающегося предпринимательства есть потенциал увидеть всплеск источников инвестиций, особенно в отношении банковских кредитов. Однако

## Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

безудержная инфляция открывает жизнеспособные возможности для долгосрочного кредитования, которое оказывается убыточным и ограничивает банки. В результате наблюдается заметное снижение объемов и объемов кредитования.

Продавая акции приватизированных туристических фирм и инвестиционных фондов, можно обеспечить финансовую поддержку капиталовложений за счет сбережений, накопленных у населения. Такая мера, помимо того, что она является жизнеспособным средством защиты личных средств от инфляции, также предоставит акционерам эксклюзивный доступ к туристическим удобствам премиум-класса.

За несколько лет в Узбекистане появилось множество предприятий и предпринимателей, собравших огромные суммы капитала. Тем не менее нестабильное положение дел в регионе представляет собой невыгодную и опасную среду для реинвестирования своих прибылей в национальную экономику. В результате эти доходы переводятся в конвертируемые облигации и размещаются в западных банках. Чтобы противостоять этому, улучшение общего инвестиционного климата должно стать приоритетом как средство усиления инвестиционной активности и сдерживания оттока капитала.

Недостаточное привлечение иностранного капитала продолжает вызывать беспокойство, несмотря на попытки Узбекистана его поощрять. Узбекистан предлагает ряд возможностей для иностранных инвестиций, таких как долевая собственность предприятий иностранным капиталом, исключительное владение предприятиями (включая их филиалы и дополнительные офисы), приобретение активов, таких как предприятия, имущественные комплексы, здания и сооружения, ценные бумаги, земля. приобретение и пользование правами, а также предоставление кредитов (в том числе связанных с имуществом или имущественными правами).

Согласно требованиям законодательства и более широкой программе национального экономического развития, туристический сектор выступает важнейшим компонентом инвестиционной политики государства [10].

## Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

Сектор туризма претерпел огромные метаморфозы в ответ на геополитические изменения, социально-экономический прогресс и достижения в области информационных технологий. В результате сейчас основное внимание уделяется удовлетворению разнородных потребностей путешественников.

Индустрия туризма, хотя и жизненно важна для стимулирования экономики, сохранения культурного наследия и окружающей среды, создания возможностей трудоустройства и внесения вклада в структуру валового внутреннего продукта, оказывает относительно небольшое влияние на эти отрасли на государственном уровне [13]. Таким образом, необходимо сформировать более эффективную модель сотрудничества между правительством, бизнесом и обществом, чтобы повысить конкурентные преимущества туристического и курортного сектора, одновременно увеличивая влияние государства в этой области.

Создание устойчивого будущего для страны в целом во многом зависит от определения приоритетов создания необходимых основ для развития туризма, исправления существующих вредных моделей, а также повышения операционной компетентности и технологического совершенства региональных и национальных туристических предприятий. Такие меры являются неотъемлемой частью улучшения общего качества жизни населения [4].

Несколько ключевых факторов, таких как давнее историческое развитие, уникальные географические особенности, доступ к природным и трудовым ресурсам, а также особая экономическая специализация, характеризуют обширные территории, объединяющие целые континенты и группы стран, образуя то, что мы называем регионом.

Поддающаяся количественной оценке территория определяется природными, социально-экономическими, национальными и культурными компонентами, а также условиями для роста и прогресса. Следовательно, мы полагаем, что такой регион должен быть концептуализирован соответствующим образом. [7].

При исследовании эволюции туристического сектора, который является важнейшим аспектом развития государства, необходимо углубиться в понятие «туристический регион». Определение из туристической энциклопедии определяет

туристический регион как территорию с уникальными инфраструктурами и удобствами, необходимые для организации досуга, обучения или улучшения здоровья. Туристическим регионом также следует считать любую городскую или сельскую территорию с примечательными историческими и культурными достопримечательностями или другими привлекательными достопримечательностями. Отдельное объяснение определяет туристский регион как коалицию наций, предрасположенных к сходным условиям развития и характеризующихся универсальным происхождением и связью между составляющими туристической отрасли [11].

Научно-технический прогресс неразрывно связан с промышленностью, и понятие «техника и технологические процессы» отражает эту связь. В переводе с греческого технология означает искусство, мастерство и опыт, и ее можно сравнить с концепцией алгоритмов.

Сырье, полуфабрикаты и материалы тщательно добываются, обрабатываются и обрабатываются, что приводит к использованию разнообразного набора методов и приемов, получивших название «технология». Подобные достижения наблюдаются в широком спектре отраслей [9].

Технологии прошли несколько этапов развития: от ручных к механизированным, к автоматизированным и, наконец, к информационным технологиям. [3]

В настоящее время понятие услуг расширилось и теперь включает в себя технологии.

В понятие услуги включено взаимодействие между поставщиком услуги и получателем услуги (услуги). Это также включает в себя операцию предложения услуги (выполнение провайдером особых задач); в конечном итоге приводит к проявлению этих усилий в виде конверсии результата или продукта (сродни последствиям оказанной услуги) [8].

Туристическое предприятие может организовать комплексные или отдельные услуги, относящиеся к сфере социально-культурных услуг, оказываемых туристам. Вот атрибуты туристических услуг: их нематериальная сущность, неразрывная связь их производства и потребления, невозможность их хранения, активное

## Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

участие потребителя в их создании и отсутствие какой-либо передачи права собственности на конечный результат. [14]

Давая альтернативное понимание термину технология, мы должны глубже вникнуть в его смысл.

Ресурсы, преобразуемые в товары и услуги, требуют знаний, действий, сырья и процессов, причем все они используют технологии в качестве инструментов и оборудования. Различные предприятия производят их с помощью технологий. [6]

Используемая технология зависит от присущих продукту качеств, включая, помимо прочего, изменение состояния, характеристик, формы, размера и различных других атрибутов объекта труда. Различия очевидны в конкретных методах получения, манипулирования и обработки сырья, информации, а также полуфабрикатов, а также используемого оборудования и механизмов. Не менее важны организация и порядок технологических процессов.

Воздействие на объект труда может осуществляться разнообразными способами и диктует сложность технологии. Эта сложность дополнительно определяется количеством задействованных компонентов и точностью их реализации. Отраслевые принципы регулируют компиляцию технологий, различающихся по простоте или сложности [12].

Технологические компоненты состоят преимущественно из трех элементов: технологических операций, технологических циклов и технологических элементов. Вместе эти процессы составляют основу современных технологий.

Основными моментами производства, включая прием, транспортировку, хранение и переработку, являются технологические операции, составляющие хронологическую последовательность событий [15].

Другие специализированные предприятия, для которых эти процессы являются основной функцией, обладают возможностями реализации вспомогательных и обслуживающих технологических процессов.

Уменьшение расходов предприятия и повышение качества обслуживания являются плодами специализации. Для малого бизнеса внедрение этой технологии оказывается благоприятным.



Передача специализированных технологических процессов на специализированные предприятия – обычное явление в гостиничном бизнесе [1].

Классификация технологических процессов может осуществляться с использованием различных методов: по способу воздействия на объект производства или потребления, по природе исходного материала продукции, по типу используемого оборудования, по уровню механизации, по непрерывности процесса, по масштабу производства.

### Литература

1. Аветисян, В. А. Применение технологий кросс-маркетинга в туризме / В. А. Аветисян // Трибуна ученого. – 2020. – № 5. – С. 270-273. – EDN XYXPEK.
2. Алиева, К. Р. Особенности маркетинга в индустрии международного туризма / К. Р. Алиева // Устойчивое развитие науки и образования. – 2020. – № 5(44). – С. 65-68. – EDN TSSSND.
3. Бондаренко, В. А. Государственный маркетинг в развитии въездного медицинского туризма в России / В. А. Бондаренко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2020. – № 5. – С. 44-51. – EDN IMISDS.
4. Гаджиев, С. С. Научный подход к определению функций менеджмента и маркетинга в туризме / С. С. Гаджиев // Globus. – 2019. – № 10(43). – С. 26-30. – EDN LQNRGB.
5. Головкин, Д. К. Цифровой маркетинг в сфере туризма и гостеприимства / Д. К. Головкин // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2020. – № 1. – С. 672-676. – EDN IAQVVZ.
6. Грудистова, Е. Г. Цифровой маркетинг в сфере сервиса и туризма как инструмент развития цифровой экономики / Е. Г. Грудистова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2020. – Т. 6, № 1. – С. 45-54. – DOI 10.18413/2408-9346-2020-6-1-0-5. – EDN NQAELS.
7. Дагман, С. Концептуальные подходы к устойчивому туризму на основе использования интегральных методов маркетинга / С. Дагман // Экономические отношения. – 2019. – Т. 9, № 4. – С. 3115-3128. – DOI 10.18334/eo.9.4.41297. – EDN IPIVMT.

8. Имяреков, С. М. Менеджмент-маркетинг современного туризма в России и Республике Мордовия: состояние и перспективы / С. М. Имяреков, И. М. Калабкина, Н. Р. Куркина // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 7-1. – С. 111-117. – DOI 10.17513/vaael.1215. – EDN VNFDSO.
9. Исмаилова, Ф. Н. Маркетинг как инструмент устойчивого развития индустрии туризма (на примере Республики Дагестан) / Ф. Н. Исмаилова // Вестник научных конференций. – 2020. – № 3-2(55). – С. 84-86. – EDN HXPESA.
10. Коротовских, Ю. В. Интернет-маркетинг как элемент региональной стратегии развития туризма / Ю. В. Коротовских, А. Т. Жигжитова // Дневник науки. – 2020. – № 5(41). – С. 57. – EDN YFLATH.
11. Лесков, А. С. Проектный менеджмент и маркетинг трассовой экскурсии как основы культурного туризма / А. С. Лесков, Г. А. Лескова, Ю. А. Фурсова // Вестник Национальной академии туризма. – 2020. – № 3(55). – С. 41-45. – EDN TFHRVQ.
12. Медведева, О. С. Особенность маркетинга в сфере туризма в России / О. С. Медведева, В. В. Короленко // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2020. – № 2(28). – С. 13-16. – EDN QRESPE.
13. Нохрина, Л. Роль и значение маркетинга в развитии сельского туризма / Л. Нохрина // Аграрная экономика. – 2020. – № 2(297). – С. 64-70. – EDN FOYKWZ.
14. Омарова, Н. Ю. Формирование института развития туризма на региональном уровне с применением инструментов инновационного маркетинга / Н. Ю. Омарова // Известия Международной академии аграрного образования. – 2020. – № 50. – С. 120-125. – EDN DDSUMB.
15. Пашина, А. О. Микромоменты в мобильном маркетинге: перспективы развития российского туризма / А. О. Пашина // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2019. – Т. 10, № 4. – С. 298-315. – EDN AISPWS.

### References

1. Avetisyan, V. A. Application of cross-marketing technologies in tourism / V. A. Avetisyan // Tribune of the Scientist. – 2020. – No. 5. – pp. 270-273. – EDN XYXPEK.
2. Aliyeva, K. R. Features of marketing in the international tourism industry / K. R. Aliyeva // Sustainable development of science and education. – 2020. – № 5(44). – Pp. 65-68. – EDN TSSSDN.
3. Bondarenko, V. A. State marketing in the development of inbound medical tourism in Russia / V. A. Bondarenko // Marketing in Russia and abroad. – 2020. – No. 5. – pp. 44-51. – EDN IMISDS.
4. Hajiyeu, S. S. A scientific approach to defining the functions of management and marketing in tourism / S. S. Hajiyeu // Globus. – 2019. – № 10(43). – Pp. 26-30. – EDN LQNRGB.
5. Golovko, D. K. Digital marketing in the field of tourism and hospitality / D. K. Golovko // Intellectual resources for regional development. - 2020. – No. 1. – pp. 672-676. – EDN IAQVVZ.
6. Grudistova, E. G. Digital marketing in the field of service and tourism as a tool for the development of the digital economy / E. G. Grudistova // Scientific result. Business and service technologies. - 2020. – Vol. 6, No. 1. – PP. 45-54. – DOI 10.18413/2408-9346-2020-6-1-0-5. – EDN NQAELS.
7. Dagman, S. Conceptual approaches to sustainable tourism based on the use of integrated marketing methods / S. Dagman // Economic relations. – 2019. – Vol. 9, No. 4. – pp. 3115-3128. – DOI 10.18334/eo.9.4.41297. – EDN IPIVMT.
8. Imyarekov, S. M. Management and marketing of modern tourism in Russia and the Republic of Mordovia: state and prospects / S. M. Imyarekov, I. M. Kalabkina, N. R. Kurkina // Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. - 2020. – No. 7-1. – pp. 111-117. – DOI 10.17513/vaael.1215. – EDN VNFDSO.

9. Ismailova, F. N. Marketing as a tool for sustainable development of the tourism industry (on the example of the Republic of Dagestan) / F. N. Ismailova // Bulletin of scientific conferences. – 2020. – № 3-2(55). – Pp. 84-86. – EDN HXPESA.
10. Korotovskikh, Yu. V. Internet marketing as an element of the regional tourism development strategy / Yu. V. Korotovskikh, A. T. Zhigzhitova // The diary of Science. – 2020. – № 5(41). – P. 57. – EDN YFLATH.
11. Leskov, A. S. Project management and marketing of a guided tour as the basis of cultural tourism / A. S. Leskov, G. A. Leskova, Yu. A. Fursova // Bulletin of the National Academy of Tourism. – 2020. – № 3(55). – Pp. 41-45. – EDN TFHRVQ.
12. Medvedeva, O. S. The peculiarity of marketing in the field of tourism in Russia / O. S. Medvedeva, V. V. Korolenko // Innovative economics and modern management. – 2020. – № 2(28). – Pp. 13-16. – EDN QRESPE.
13. Nokhrina, L. The role and importance of marketing in the development of rural tourism / L. Nokhrina // Agrarian economics. – 2020. – № 2(297). – Pp. 64-70. – EDN FOYKWZ.
14. Omarova, N. Y. Formation of the Institute of tourism development at the regional level using innovative marketing tools / N. Y. Omarova // Proceedings of the International Academy of Agricultural Education. - 2020. – No. 50. – pp. 120-125. – EDN DDSUMB.
15. Pashina, A. O. Micromoments in mobile marketing: prospects for the development of Russian tourism / A. O. Pashina // Marketing MBA. Marketing management of the enterprise. – 2019. – Vol. 10, No. 4. – pp. 298-315. – EDN AISPWS.

© Успаева М. Г., Гачаев А. М., 2023 *Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №6/2023*

**Для цитирования:** Успаева М. Г., Гачаев А. М. ТУРИЗМ И МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО: ОПЫТ ОБМЕНА ЗНАНИЯМИ И ПЕРЕДАЧИ ТЕХНОЛОГИЙ // *Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №6/2023*