

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ УЗБЕКИСТАНА: СТАТИСТИЧЕСКИЙ И АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Кушбокова Хуснора Фуркат кизи

Ташкентский государственный экономический университет.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.1721523>

**Аннотация.** В статье рассматривается роль туризма как фактора экономического роста и его влияние на развитие малого бизнеса в регионах Узбекистана.

Проведен статистический и аналитический анализ динамики туристического потока, уровня занятости и структуры малого предпринимательства. Особое внимание уделено региональным особенностям и возможностям расширения предпринимательской активности за счет туристической индустрии.

**Ключевые слова:** туризм, малый бизнес, региональное развитие, занятость, экономика Узбекистана, статистический анализ.

### Введение

Туризм в современном мире рассматривается как один из ключевых факторов устойчивого экономического роста, поскольку он оказывает мультипликативное воздействие на различные отрасли экономики. Международный опыт показывает, что развитие туристической сферы не только увеличивает валютные поступления и создает новые рабочие места, но и стимулирует развитие малого и среднего бизнеса, особенно в регионах с богатым культурным и природным потенциалом.

Для Узбекистана, обладающего тысячелетними традициями, уникальными архитектурными памятниками и выгодным географическим положением, туризм является важнейшим стратегическим направлением. В последние годы государством предпринимаются масштабные меры по развитию туристической отрасли: упрощается визовый режим, создается современная инфраструктура, формируются новые туристические маршруты, активно продвигаются национальные бренды на мировом рынке.

Всё это значительно увеличивает поток как иностранных, так и внутренних туристов, что в свою очередь открывает новые возможности для субъектов малого предпринимательства.

Малый бизнес в условиях развития туризма выступает важным драйвером региональной экономики. Именно малые предприятия быстрее всего реагируют на изменения спроса со стороны туристов, предлагая широкий спектр услуг: от гостиничного сервиса и общественного питания до транспортных перевозок, ремесленного производства, экскурсионного обслуживания и торговли сувенирной продукцией.

Взаимосвязь туризма и малого бизнеса носит взаимодополняющий характер: туристический поток формирует устойчивый спрос на товары и услуги, а предприятия малого бизнеса обеспечивают удовлетворение этого спроса, повышая уровень занятости и доходов населения.

Однако важно отметить, что эффект от развития туризма на малый бизнес носит неоднородный характер в разных регионах Узбекистана. В Самаркандской, Бухарской и Хорезмской областях, где сосредоточено наибольшее количество историко-культурных объектов, малый бизнес развивается более динамично за счет устойчивого потока

иностранных туристов. В то время как в некоторых других регионах, обладающих менее известным туристическим потенциалом, малое предпринимательство сталкивается с ограниченным спросом и проблемами финансирования.

Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена необходимостью статистического и аналитического изучения экономического влияния туризма на развитие малого бизнеса в регионах Узбекистана. Научная значимость заключается в выявлении закономерностей и особенностей региональной дифференциации, а практическая ценность — в формировании рекомендаций для органов государственной власти и предпринимательского сектора по оптимизации взаимодействия туризма и малого бизнеса.

Изучение экономического влияния туризма на развитие малого бизнеса в регионах опирается на комплекс теоретических и методологических подходов, выработанных мировой и отечественной экономической наукой. В экономической литературе туризм рассматривается не только как сфера услуг, но и как важный сектор национальной экономики, обладающий мощным мультиплексивным эффектом. Согласно исследованиям Всемирной туристской организации (UNWTO), каждая единица расходов туриста стимулирует дополнительные затраты в смежных отраслях, включая транспорт, торговлю, общественное питание и производство товаров народного потребления. Таким образом, туризм выступает катализатором регионального развития и способствует росту предпринимательской активности.

Методологической основой анализа служат несколько ключевых принципов.

Прежде всего, это системный подход, предполагающий рассмотрение туризма и малого бизнеса как взаимосвязанных элементов единой региональной экономической системы. Малый бизнес реагирует на изменения в туристическом спросе, а туризм, в свою очередь, нуждается в разнообразных услугах и товарах, предлагаемых малыми предприятиями.

Вторым методологическим принципом является использование статистического анализа. Для объективной оценки влияния туризма необходимо рассматривать такие показатели, как динамика туристического потока, объем выручки предприятий малого бизнеса, уровень занятости населения в туристических регионах, налоговые поступления от субъектов предпринимательства. Статистические данные позволяют выявить тенденции, региональные различия и зависимость темпов развития малого бизнеса от интенсивности туристических потоков.

Третьим принципом выступает аналитический подход, включающий сравнительный анализ регионов и определение факторов, влияющих на эффективность взаимодействия туризма и малого бизнеса. В частности, учитываются такие параметры, как доступность финансовых ресурсов для предпринимателей, уровень инфраструктурного развития, наличие кадрового потенциала, государственная поддержка и привлекательность региона для инвесторов.

Особое значение имеет концепция мультиплексивного эффекта. Согласно данной теории, доходы, полученные предприятиями туристической отрасли, перераспределяются в смежные сферы, создавая дополнительные стимулы для развития малого бизнеса.

Например, рост числа туристов в регионе увеличивает спрос на гостиничные услуги, что, в свою очередь, стимулирует развитие транспортных компаний, ресторанов, сувенирных лавок и ремесленных мастерских.

Таким образом, теоретико-методологическая база исследования предполагает комплексное использование системного, статистического и аналитического подходов, что позволяет всесторонне оценить влияние туризма на развитие малого бизнеса в регионах Узбекистана. Это обеспечивает научную обоснованность выводов и рекомендаций, направленных на повышение эффективности взаимодействия туристической индустрии и малого предпринимательства.

В последние годы туризм в Узбекистане демонстрирует устойчивую динамику роста, что подтверждается официальными статистическими данными. Если в 2016 году страну посетило около 2 миллионов иностранных туристов, то к 2023 году этот показатель превысил 5 миллионов человек. При этом значительную часть составляют туристы из стран СНГ, однако постепенно растет поток гостей из Европы, Азии и Ближнего Востока.

Данный рост стал возможным благодаря целому комплексу мер государственной политики, включая либерализацию визового режима, активное продвижение национального бренда «Visit Uzbekistan» и развитие транспортной инфраструктуры.

Рост туристического потока непосредственно влияет на развитие малого бизнеса.

По данным Государственного комитета по статистике, в секторе услуг доля субъектов малого предпринимательства увеличилась с 56% в 2017 году до 62% в 2022 году. Особенно активно малый бизнес развивается в Самаркандской, Бухарской и Хорезмской областях, где сосредоточено большинство культурно-исторических памятников. В этих регионах наблюдается рост числа малых гостиниц, хостелов, ресторанов национальной кухни, а также ремесленных мастерских, предлагающих туристам изделия народного прикладного искусства.

Динамика занятости также подтверждает экономическое влияние туризма. Если в 2018 году в туристическом секторе было занято около 300 тысяч человек, то к 2022 году эта цифра превысила 450 тысяч. Причем более 70% рабочих мест в туризме создается именно малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями. Это связано с тем, что малый бизнес отличается гибкостью и способен быстрее адаптироваться к изменениям потребительского спроса.

Анализ налоговых поступлений показывает, что в регионах с высоким туристическим потоком увеличивается и налоговая база. Так, в Самаркандской области доходы от налогов, выплаченных предприятиями сферы туризма и гостеприимства, за период 2019–2022 годов выросли почти в два раза. Подобная тенденция наблюдается и в Бухарской области, где развитие малого бизнеса в туристическом секторе способствовало формированию дополнительных источников местного бюджета.

Отдельное внимание следует уделить структуре малого бизнеса, обслуживающего туристический поток. По оценкам исследователей, в 2022 году наибольший удельный вес приходился на предприятия общественного питания (около 35%), гостиничного бизнеса (25%), транспортных услуг (20%) и торговли сувенирной продукцией (12%). Эти данные свидетельствуют о диверсификации малых предприятий и расширении спектра предоставляемых услуг.

Таким образом, статистический анализ позволяет сделать вывод, что туризм оказывает значительное положительное влияние на количественные и качественные параметры развития малого бизнеса в Узбекистане. Увеличение числа туристов ведет к росту малых предприятий, созданию рабочих мест, увеличению налоговых поступлений и повышению инвестиционной привлекательности регионов.

Вместе с тем статистика фиксирует и определённые проблемы: в ряде регионов сохраняется дисбаланс между спросом и предложением услуг, отмечается нехватка квалифицированных кадров, а также ограниченность финансовых возможностей у многих предпринимателей.

Для оценки экономического влияния туризма на развитие малого бизнеса важно не только рассматривать статистические показатели, но и проводить аналитический анализ, позволяющий выявить причинно-следственные связи и долгосрочные тенденции. Туризм в данном контексте выступает как фактор, формирующий устойчивый спрос на услуги и товары, а малый бизнес — как инструмент оперативного удовлетворения этого спроса.

Прежде всего, следует подчеркнуть влияние туризма на занятость населения.

Создание новых гостиниц, ресторанов, туристических агентств, мастерских и транспортных компаний непосредственно связано с ростом туристического потока. В отличие от крупных корпораций, именно малые предприятия быстрее всего открывают новые рабочие места, предоставляя работу как квалифицированным специалистам (гиды, переводчики, администраторы), так и неквалифицированной рабочей силе (водители, обслуживающий персонал). Таким образом, туризм способствует снижению безработицы в регионах и повышению уровня доходов населения.

Не менее важным является воздействие туризма на налоговые поступления. Малый бизнес, обслуживающий туристов, формирует дополнительную налоговую базу, что позволяет органам местного самоуправления увеличивать бюджетные доходы и направлять их на развитие инфраструктуры. Это формирует замкнутый цикл: рост туризма стимулирует малый бизнес, малый бизнес увеличивает налоговые поступления, а государство инвестирует в дороги, аэропорты, культурные объекты и сервисные услуги, что вновь привлекает туристов.

С точки зрения диверсификации экономики, развитие туризма снижает зависимость регионов исключительно от сельского хозяйства или промышленного производства. Малый бизнес, связанный с туризмом, способствует формированию устойчивой сферы услуг, которая обеспечивает дополнительный источник доходов и повышает устойчивость региональной экономики к внешним шокам.

Вместе с тем аналитический подход позволяет выявить и определенные проблемы.

В ряде регионов наблюдается нехватка квалифицированных кадров в сфере обслуживания, что снижает качество предоставляемых услуг. Финансовые ограничения малого бизнеса не всегда позволяют своевременно модернизировать оборудование или расширять ассортимент услуг. Кроме того, диспропорции между регионами — например, между туристически развитыми Самаркандом и Бухарой и менее известными областями — создают различия в темпах развития предпринимательства.

Таким образом, аналитический анализ подтверждает, что туризм выступает ключевым фактором развития малого бизнеса в Узбекистане, но для максимизации этого потенциала необходимы комплексные меры: совершенствование подготовки кадров, расширение доступа предпринимателей к кредитным ресурсам, внедрение современных маркетинговых инструментов и продвижение менее известных регионов на международном туристическом рынке.

## Заключение

Проведённое исследование показало, что туризм в Узбекистане оказывает мощное и многоплановое воздействие на развитие малого бизнеса в регионах.

Рост туристического потока стимулирует расширение спектра услуг, предлагаемых малыми предприятиями, способствует созданию новых рабочих мест, увеличивает доходы населения и формирует дополнительную налоговую базу для региональных бюджетов. В результате складывается положительный мультипликативный эффект, при котором туристическая индустрия становится драйвером развития не только сферы услуг, но и смежных отраслей экономики.

Анализ статистических данных продемонстрировал, что наибольший экономический эффект наблюдается в регионах с высоким туристическим потенциалом — Самаркандской, Бухарской и Хорезмской областях, где малый бизнес получил наиболее интенсивное развитие. Однако в ряде регионов сохраняются структурные диспропорции, связанные с ограниченным спросом, недостатком кадров и низким уровнем сервисных услуг. Это свидетельствует о необходимости проведения более сбалансированной политики в области развития туризма и малого бизнеса, учитывающей региональные особенности.

С теоретико-методологической точки зрения туризм следует рассматривать как катализатор регионального экономического роста, а малый бизнес — как гибкий механизм реализации возможностей, возникающих благодаря туристическому спросу.

Вместе они формируют устойчивую систему, обеспечивающую долгосрочное социально-экономическое развитие регионов.

Для дальнейшего повышения эффективности взаимодействия туризма и малого бизнеса в Узбекистане необходимо:

- совершенствовать государственные программы поддержки предпринимательства, включая предоставление льготных кредитов и грантов;
- развивать туристическую инфраструктуру, повышая транспортную доступность и качество сервиса;
- инвестировать в подготовку кадров, соответствующих международным стандартам обслуживания;
- активнее продвигать менее известные регионы страны на мировом туристическом рынке, обеспечивая равномерное распределение туристических потоков.

Таким образом, туризм в Узбекистане обладает значительным потенциалом для стимулирования малого бизнеса и региональной экономики в целом. Реализация системного подхода, основанного на статистическом и аналитическом исследовании, позволит не только укрепить текущие достижения, но и сформировать устойчивую модель развития, ориентированную на долгосрочную перспективу и международную интеграцию.

## Список литературы

1. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. *Отчеты по развитию туризма и малого бизнеса (2016–2023 гг.)*. Ташкент: Госкомстат, 2024.
2. UNWTO (2022). *International Tourism Highlights*. Madrid: World Tourism Organization.
3. World Bank (2021). *Uzbekistan Economic Update: Leveraging Tourism for Sustainable Growth*. Washington, D.C.: World Bank.
4. Рахмонов, Ш. (2021). «Влияние туризма на экономический рост: региональные аспекты.» *Журнал экономических исследований Узбекистана*, №3, 45–58.

5. Бекмуродов, А. (2020). *Малое предпринимательство и региональное развитие в Узбекистане*. Ташкент: Fan va Taraqqiyot.
6. Дададжанова, Г. (2019). «Перспективы развития внутреннего туризма в Узбекистане.» *Вестник социально-экономических исследований*, №2, 78–85.
7. Smith, M. & Richards, G. (2018). *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. London: Routledge.
8. Cooper, C. (2017). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education, UK.
9. Sharpley, R. (2016). *Tourism, Tourists and Society*. London: Routledge.
10. Hall, C. M. & Page, S. J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. London: Routledge.