



FAKULTETI ILMIYATLARI

ELECTRON

ISSN 2542-0995



ВСЕ НАУКИ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

№8, 2026

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ "ФИЗИКИ
РЕЗОНАНСНЫХ ЯДЕРНЫХ РЕАКЦИЙ" ЯВЛЯЕТСЯ НАУЧНЫМ
УЧРЕЖДЕНИЕМ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ,
ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
ИННОВАЦИОННЫЕ РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ НАУКИ,
ТЕХНИКИ, КУЛЬТУРЫ И ПРОСВЕЩЕНИЯ.

ВСЕ НАУКИ № 8,2026

Международный научный журнал

Издательские решения
По лицензии Ridero
2026

**О МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
КУРОРТНОГО ГОРОДА В США. AQSHDAGI DAM OLISH
MASKANIDAN FOYDALANGAN HOLDA TURIZMNING
IQTISODIYOTGA TA'SIRINI BAHOLASH METODOLOGIYASI
HAQIDA. ABOUT THE METHODOLOGY OF ASSESSING THE
ECONOMIC IMPACT OF TOURISM USING A RESORT CITY IN THE
USA.**

UDK: 303/329.9

Баратов Миродилжон Хомуджонович

Заведующий отделом Института государства и права
Академии наук Республики Узбекистан,
доктор юридических наук, профессор
Электрон почта: mirodil707@mail.ru

Акрамходжаев Бори Тохтаходжаевич

Старший научный сотрудник Института государства и права Академии
наук Республики Узбекистан,
кандидат юридических наук, доцент
Электрон почта: 1370017a@gmail.com

Морковкин Дмитрий Евгеньевич

Ведущий научный сотрудник Института исследований международных
экономических отношений Федерального государственного
образовательного бюджетного учреждения высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
кандидат экономических наук, доцент
Электрон почта: MorkovkinDE@mail.ru

Аннотация: авторы статьи приводят в качестве примера туризма как феномена экономического воздействия на общество, исследование проведенное John L. Crompton, Seokho Lee, and Thomas J. Shuster по изучению ими экономического воздействия туризма на курортный город Оушен-Сити (США)⁷.

Оушен-Сити – это традиционный курортный город, простирающийся на 10 миль вдоль барьерного острова на побережье Мэриленда.

В завершении статьи авторы рекомендуют провести такого же рода исследования в туристических городах Узбекистана.

⁷https://www.researchgate.net/publication/237302219_A_Guide_for_Undertaking_Economic_Impact_Studies_The_Springfest_Example

Ключевые слова: туризм, Оушен-Сити, финансовые балансы, доходы от туризма, туристы, анализ экономического воздействия, четыре принципа достоверного анализа.

Аннотация: maqola mualliflari Jon L. Krompton, Seokho Li va Tomas J. Shuster tomonidan Ocean City (AQSh) kurort shahriga turizmning iqtisodiy ta'sirini o'rganuvchi tadqiqotni turizmning jamiyatga iqtisodiy ta'sir ko'rsatadigan hodisa sifatida misol qilib keltiradilar.

Ocean City – Merilend qirg'og'idagi to'siq oroli bo'ylab 10 milya uzunlikda joylashgan an'anaviy kurort shahri.

Xulosa qilib aytganda, mualliflar O'zbekistondagi turistik shaharlarda shunga o'xshash tadqiqotlar o'tkazishni tavsiya qiladilar.

Kalit so'zlar: turizm, Ocean City, moliyaviy balanslar, turizm daromadi, sayyohlar, iqtisodiy ta'sir tahlili, ishonchli tahlilning to'rtta tamoyili.

Annotation: The authors of the article cite a study by John L. Crompton, Seokho Lee, and Thomas J. Shuster examining the economic impact of tourism on the resort town of Ocean City (USA) as an example of tourism as a phenomenon with economic impact on society.

Ocean City is a traditional resort town stretching 10 miles along a barrier island on the coast of Maryland.

In conclusion, the authors recommend conducting similar studies in tourist towns in Uzbekistan.

Keywords: tourism, Ocean City, financial balances, tourism revenue, tourists, economic impact analysis, four principles of credible analysis.

Туризм является основой экономики Оушен-Сити и причиной его существования. По оценкам, более 8 миллионов человек посещают курорт каждый год. Постоянное население города составляет приблизительно 7000 человек. Однако туристы и временные жители увеличивают это число до 35 000 в зимние выходные и до 300 000 в разгар летнего сезона.

Одной из ежегодных достопримечательностей курорта в начале сезона является Весенний фестиваль (Springfest), четырехдневный фестиваль, проводимый в мае. Территория открыта с 10:00 до 22:00 с четверга по субботу и с 10:00 до 18:00 в воскресенье.

На территории фестиваля устанавливаются большие шатры, в которых размещаются изделия ручной работы, этнические и региональные блюда, проводятся детские мероприятия, звучит музыка и предлагаются другие развлечения. Организация фестиваля требует значительных инвестиций со стороны города, особенно департамента парков и отдыха. Следовательно, администрация и выборные должностные лица хотели определить экономический доход, который жители города получили от этих инвестиций.

В этой статье описываются принципы и процедуры, которые были приняты для оценки экономического влияния фестиваля Springfest на Оушен-Сити, а также результаты исследования. Цель состоит в том, чтобы предложить обобщаемую модель проведения исследований экономического воздействия, которую специалисты в области туризма могут использовать для проведения аналогичных исследований в своих собственных сообществах.

ОБОСНОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Концептуальное обоснование проведения исследований экономического воздействия проиллюстрировано на рисунке 1. На нем показано, что жители населенного пункта платят средства городскому совету в виде налогов. Городской совет использует часть этих средств для субсидирования проведения мероприятия или развития объекта. Мероприятие или объект привлекают посетителей из других населенных пунктов, которые тратят деньги в местном сообществе как внутри, так и за пределами места проведения мероприятия или объекта. Эти новые деньги извне сообщества создают доход и рабочие места для жителей. Это замыкает цикл: жители сообщества инвестируют налоговые средства и получают отдачу от своих инвестиций в виде новых рабочих мест и увеличения доходов домохозяйств.

Исследования экономического воздействия дополняют традиционные финансовые балансы, которые агентства предоставляют городским советам. Финансовый баланс демонстрирует финансовую подотчетность, документирует расходы и доходы, произведенные и полученные городским советом, и предоставляет доказательства эффективного управления государственными средствами, но он не затрагивает более широкий вопрос о том, что получают жители сообщества в обмен на инвестиции налоговых средств.

Финансовые балансы начинаются и заканчиваются городским советом, а не жителями сообщества (см. Рисунок 1).

Это вводит в заблуждение, поскольку предполагает, что внимание должно быть сосредоточено исключительно на доходах, поступающих в совет от мероприятий. Такой подход концептуально ошибочен, поскольку инвестированные деньги не принадлежат совету, а принадлежат жителям города. Хотя эффективно, когда инвестиции жителей направляются через совет, важна именно отдача, которую получают жители, а не просто доля общей отдачи, которая возвращается в совет. Основная цель исследований экономического воздействия заключается в измерении экономической отдачи для жителей.

В случае фестиваля Springfest возможно, что город Оушен-Сити

вложил до 50 000 долларов в такие вещи, как рабочая сила, неденежные ресурсы, закупка материалов, полицейское патрулирование и вывоз мусора, и, возможно, не получил прямого дохода взамен. Однако сообщать, что город «потерял 50 000 долларов» от организации фестиваля, было бы вводящим в заблуждение и неуместным. Правильный и уместный вопрос: «Что получили налогоплательщики города взамен своих инвестиций?» Ясно, что отдача для жителей, вероятно, будет существенной. Задача исследования экономического воздействия состоит в том, чтобы оценить величину этой отдачи для сообщества.



Рис. № 1. Концептуальное обоснование проведения исследований экономического воздействия

По сути, город Оушен-Сити предоставляет стартовый капитал и ресурсы в натуральной форме для получения существенной экономической выгоды для жителей сообщества. Если ресурсы государственного сектора не используются для финансового покрытия расходов на организацию мероприятий подобного характера, то последующие экономические выгоды для местного сообщества не будут получены. Частные предприятия вряд ли будут выделять средства на организацию таких мероприятий, поскольку как отдельные коммерческие организации, они не могут получить достаточно большую долю дохода, потраченного участниками, чтобы получить удовлетворительную отдачу от своих инвестиций.

Поскольку исследования экономического воздействия используют сложные процедуры и дают количественно измеримые результаты, часто у ориентированной на «конечный результат» аудитории, незнакомой с этой методикой, возникает предположение, что анализы являются «научными», а

значит, и результаты объективны и однозначны. Это ошибочное мнение. Анализ экономического воздействия – это неточный процесс, и полученные данные следует рассматривать как «наилучшую оценку», а не как абсолютно точные.

Действительно, если бы исследование проводилось пятью разными экспертами, вероятно, было бы пять разных результатов.

В ходе анализа есть несколько моментов, когда могут быть сделаны различные процедуры и сделаны различные предположения, которые существенно повлияют на конечный результат. Иногда подлинное непонимание анализа экономического воздействия и используемых в нем процедур приводит к непреднамеренным ошибкам, но в других случаях они используются злонамеренно или стратегически, чтобы намеренно ввести в заблуждение и получить завышенные цифры. Хотя многие анализы экономического воздействия проводятся добросовестно, к сожалению, существует также множество примеров, когда авторы поддаются искушению использовать неподходящие процедуры и предположения для получения завышенных показателей экономического воздействия, которые позволяют представить агентство в более выгодном свете в глазах налогоплательщиков и выборных должностных лиц.

Большинство исследовательских проектов основаны на поиске истины, но цель исследований экономического воздействия менее многообещающая; часто она состоит в легитимизации позиции. Нередко исследования проводятся для обоснования события в количественном выражении в долларах, с ожиданием, что результаты укрепят аргументы в пользу сохранения или увеличения выделенных на него ресурсов. В этих обстоятельствах возникает соблазн манипулировать процедурами для усиления аргументов.

В этом контексте один комментатор предположил, что, хотя люди, нанятые для проведения исследований, кажутся одновременно экспертами и нейтральными, в некоторых случаях «на самом деле они являются точным эквивалентом эксперта-свидетеля в судебном процессе, который приходит дать показания в поддержку стороны, оплачивающей услуги эксперта. Эксперт, чьи показания вредят делу его работодателя, не получает много повторных заказов» (Кертис, 1993, с. 7)⁸. Очевидно, что существует множество авторов экономических исследований, которые не соответствуют этому стереотипному образу, но также ясно, что примеров подобных махинаций немало. Чтобы полезный инструмент анализа экономического воздействия не был дискредитирован, важно, чтобы специалисты в сфере туризма были лучше подготовлены к распознаванию и разоблачению подобных шарлатанских исследований, когда они публикуются.

Злонамеренное использование этих исследований было

⁸ Curtis Gregory (1993). "Waterlogged." Texas Monthly, September: 7.

продемонстрировано более 30 лет назад контрастными ценностями, которые придавались бейсбольной франшизе «Сан-Франциско Джайентс», когда казалось вероятным, что команда покинет «Кэндлстик Парк» и переедет на новый стадион в Сан-Хосе. Сан-Франциско и Сан-Хосе – города примерно одинакового размера, расположенные всего в 50 милях друг от друга. В Сан-Франциско, который ожидал потери франшизы, если избиратели Сан-Хосе согласятся финансировать строительство стадиона, директор по бюджету города сообщила, что ей удалось задокументировать лишь чистую прибыль в размере 3,1 миллиона долларов, полученную городом от «Джайентс». Напротив, мэр Сан-Хосе, пытавшийся убедить жителей города одобрить референдум, который бы разрешил выделение 265 миллионов долларов из государственных средств на строительство нового стадиона, на котором будут играть «Джайентс», объявил результаты исследования, показывающего, что та же самая франшиза принесет Сан-Хосе от 50 до 150 миллионов долларов в год в виде экономической выгоды (Говард и Кромптон 1995)⁹.

Один из исследователей столкнулся с аналогичной коварной стратегией, когда оценил экономический эффект фестиваля, проводившегося в течение двух выходных в одном населенном пункте, в 5,1 миллиона долларов.

Через два месяца после того, как отчет был представлен спонсирующей организации, заголовок на первой полосе местной газеты гласил: «Фестиваль – впечатляющая дойная корова. Приносит более 85 миллионов долларов». По-видимому, спонсор посчитал цифры автора заниженными и заказал второе исследование у другого источника. В нем использовались вторичные данные, изобилующие необоснованными предположениями и явными нарушениями принципов анализа экономического воздействия. Тем не менее, судя по всему, оно было безоговорочно принято теми, кто его читал.

Средства массовой информации, широкая общественность, городской совет и другие заинтересованные стороны вряд ли осведомлены о лежащих в основе предположениях, тонкостях и потенциальных источниках ошибок, связанных с исследованиями экономического воздействия. Эта недостаточная осведомленность и кажущаяся объективность, демонстрируемая цифрами, создают соблазн для сторонников действовать неэтично. В этой статье кратко рассматриваются четыре принципа, имеющие основополагающее значение для достоверности анализа экономического воздействия. К ним относятся: исключение местных жителей, исключение лиц, меняющих место жительства, и лиц, работающих по совместительству, использование показателей экономического воздействия, основанных на доходе, а не на объеме продаж, и правильная

⁹ Howard, Dennis R., and John L. Crompton (1995). *Financing Sport*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology.

интерпретация мультипликаторов занятости. Злонамеренное манипулирование анализом неизменно включает в себя злоупотребление одним или несколькими из этих четырех принципов.

Исключение местных жителей

Экономическое воздействие, связанное с фестивалем Springfest, относится только к новым деньгам, вложенным в экономику Оушен-Сити посетителями, СМИ, внешними государственными структурами или банками и инвесторами извне. В расчет следует включать только расходы посетителей, проживающих за пределами города, чья основная мотивация посещения – посещение мероприятия, или которые остаются в городе дольше и тратят больше из-за этого.

Расходы жителей Оушен-Сити представляют собой лишь перераспределение уже имеющихся там денег. Вероятно, если бы местные жители не тратили свои деньги на фестивале, они бы избавились от них сейчас или позже, купив другие товары и услуги в городе. Двадцать долларов, потраченных местной семьей на Springfest, вероятно, будут на 20 меньше потраченных на билеты в кино в другом месте Оушен-Сити. Таким образом, расходы, связанные с мероприятием, со стороны местных жителей, вероятно, просто перенаправлены, что не обеспечивает чистого экономического стимула для города. Следовательно, эти деньги не следует включать при оценке экономического воздействия.

Исключение «посетителей, переключившихся на другое время» и «случайных посетителей»

Расходы приезжих посетителей должны быть за вычетом расходов «посетителей, переключившихся на другое время» и «случайных посетителей». Некоторые приезжие зрители на «Весеннем фестивале» могли планировать визит в Оушен-Сити в течение некоторого времени, но изменили время своего визита, чтобы он совпал с мероприятием. Расходы этих посетителей, переключившихся на другое время, не могут быть отнесены к мероприятию, поскольку они произошли бы в городе и без мероприятия, хотя и в другое время года.

Случайные посетители – это те, кто уже находился в Оушен-Сити, привлеченные другими достопримечательностями, и кто решил посетить «Весенний фестиваль» вместо того, чтобы заняться чем-то другим. Эти случайные посетители могли находиться в Оушен-Сити, навещая друзей или родственников, или приехать, чтобы насладиться общей атмосферой курорта, и посетить «Весенний фестиваль» как приятный способ провести день. Их расходы в Оушен-Сити нельзя отнести к Весеннему фестивалю, потому что они уже находились в городе, и вполне вероятно, что они

потратили бы эти деньги на курорте на что-то другое, если бы фестиваля не было.

Расходы посетителей, меняющих время пребывания, и случайных посетителей были бы произошли бы и без фестиваля, поэтому доход, полученный от их расходов, не следует относить к нему. Однако, если посетители, относящиеся к этим двум группам, остаются в Оушен-Сити на большее количество дней, чем если бы мероприятие не проводилось, то их расходы в эти дополнительные дни следует включить в анализ экономического воздействия.

Использование дохода, а не продаж (результаты) измерений

Экономическое воздействие может быть выражено различными показателями, но почти все они предполагают использование концепции мультипликатора. Эта концепция признает, что когда посетители фестиваля Springfest тратят деньги в Оушен-Сити, их первоначальные прямые расходы стимулируют экономическую активность и создают дополнительный оборот бизнеса, личный доход, занятость и государственные доходы в городе. Объяснение концепции мультипликатора выходит за рамки данного исследования, но ее можно сравнить с рябью, образующейся в бассейне, если в него добавить больше воды. Бассейн представляет экономику Оушен-Сити, а дополнительная вода символизирует дополнительные расходы приезжих. Рябь показывает распределение денег в экономике города.

В данном исследовании использовалась система моделирования «затраты-выпуск» IMPLAN для расчета мультипликативного эффекта на каждом этапе (Minnesota IMPLAN Group 1997)¹⁰. IMPLAN производит три различных типа показателей экономического воздействия, которые обычно приводятся в отчетах. Это продажи, личный доход и занятость. Поскольку первые два показателя измеряются в долларах, их часто путают. Показатель продаж (выпуска) отражает влияние дополнительной единицы расходов посетителей на экономическую активность в Оушен-Сити. Он связывает расходы посетителей с увеличением оборота бизнеса, которое они создают. Это довольно специфический показатель с очень ограниченной практической ценностью. Эта работа может представлять некоторый интерес для экономистов, занимающихся исследованием взаимозависимости отраслей, для владельцев бизнеса, интересующихся влиянием на объем продаж, или для должностных лиц в государственных органах, заинтересованных в приблизительной оценке выручки от продаж, которая может быть получена в результате вливания средств в определенные сектора, но она не предлагает полезных выводов для

¹⁰ Minnesota IMPLAN Group (1997). IMPLAN Professional: Social Accounting & Impact Analysis Software. Stillwater, MN: Minnesota IMPLAN Group.

принятия политических решений местными выборными должностными лицами.

Показатель экономического эффекта личного дохода сообщает о влиянии дополнительной единицы расходов посетителей на изменения, которые приводят к изменению уровня личных доходов жителей в Оушен-Сити. В отличие от показателя продаж (выпуска), показатель дохода имеет существенное практическое значение поскольку это позволяет связать экономические выгоды, получаемые резидентами, с вложенными ими затратами (см. Рисунок 1).

При анализе Спрингфеста показатели продаж (выпуска) экономические последствия вряд ли будут представлять интерес для Оушен-Сити. Интересным моментом, скорее всего, будет влияние этих продаж. о доходах жителей. Большинство правительственных чиновников и налогоплательщиков, вероятно, будут заинтересованы только в том, насколько дополнительный доход жители Оушен-Сити получают от вливание средств от посетителей. Их заинтересованность в стоимости продажи сами по себе, скорее всего, будут ограничены, поскольку они напрямую не влияют на уровень жизни жителей.

Концептуальная модель, показанная на рисунке 1, иллюстрирующая в обосновании проведения исследования экономического воздействия указывается, что его цель состоит в том, чтобы сравнить, сколько денег Оушен вкладывает в туризм и сколько денег вкладывают жители города в Спрингфест и что они получают от этого. Понятие сделок купли-продажи не появляться в любом месте модели и с этой точки зрения жители Оушен-Сити либо выборные ли это должностные лица, данное обстоятельство не имеет для анализа существенного значения.

Тщательная интерпретация показателей занятости

Мультипликатор занятости измеряет влияние дополнительной единицы расходов посетителей на занятость в Оушен-Сити. Следует отметить три важных момента относительно оценок занятости, представленных моделью IMPLAN. Во-первых, оценки включают как полную, так и неполную занятость и не различают их. Показатель объема производства не указывает количество отработанных часов на каждой должности или долю полной и неполной занятости. Однако представляется разумным предположить, что предприятия Оушен-Сити вряд ли будут нанимать дополнительных сотрудников на полную ставку в ответ на дополнительный спрос, вызванный Весенним фестивалем, поскольку дополнительный спрос продлится всего 4 дня.

Скорее всего, существующие сотрудники будут освобождены от других обязанностей для удовлетворения этого временного пикового спроса или им будет предложено работать сверхурочно. В лучшем случае, может

быть нанято лишь несколько дополнительных сотрудников на очень короткий срок.

Во-вторых, оценки занятости предполагают, что все существующие сотрудники полностью заняты, поэтому приток внешних посетителей потребует увеличения уровня занятости в Оушен-Сити. В контексте, например, стойки регистрации в отеле, оценка занятости предполагает, что существующий персонал не сможет справиться с дополнительными гостями, заселяющимися на ночь в связи с Весенним фестивалем. Однако во многих случаях они достаточно недозаняты, чтобы это сделать, поэтому дополнительный персонал не потребуется. В таких ситуациях коэффициент занятости завышен.

Третье потенциально вводящее в заблуждение следствие оценок занятости заключается в том, что они подразумевают, что все новые рабочие места будут заняты жителями Оушен-Сити. Однако возможно, что некоторая часть из них будет занята приезжими из-за пределов города. В этих случаях было бы неуместно считать, что все рабочие места приносят пользу жителям сообщества.

Оценка посещаемости на весеннем фестивале

Первой серьезной проблемой, с которой столкнулась исследовательская группа, проводившая исследование, было получение точной оценки посещаемости. Поскольку экономический эффект оценивается путем экстраполяции данных, собранных на выборке посетителей, на общую посещаемость фестиваля, его точность зависит от точности данных о посещаемости. Нет смысла вкладывать ресурсы в тщательный сбор данных на выборке, если нельзя проверить достоверность общего количества посетителей.

Как и на многих фестивалях, вход на территорию Springfest был пешим и не контролировался. Посетители могли войти через несколько точек доступа, не платя за вход. Следовательно, проверить общее количество посетителей путем подсчета проданных билетов, с помощью турникетов или счетчиков автомобилей, или с помощью каких-либо других очевидных методов подсчета было невозможно.

На территорию фестиваля входили два основных входа (обозначенные как ворота А и В). В этих местах были созданы декоративные арки, чтобы обозначить посетителям, что это главные входы. Посетители также могли попасть на территорию фестиваля через три других входа. Была разработана процедура выборочного учета для оценки посещаемости, поскольку не было ресурсов для найма персонала для подсчета посетителей, входящих на территорию фестиваля через все пять входов.

Подсчеты проводились в течение 15 минут в заранее определенный 1-часовой период. С пятницы по воскресенье, в самые загруженные дни, подсчеты проводились ежечасно в пиковые часы прибытия. В непиковые

часы и в четверг подсчеты проводились каждые два часа. Подсчеты всегда проводились у главных входных ворот А в течение наблюдаемых периодов. Дополнительные подсчеты у других входных ворот проводились поочередно.

Количество людей, входящих на территорию фестиваля, в течение 15-минутного подсчета, экстраполировалось для получения оценки количества людей, входящих через эти ворота в течение 1-часового периода.

Таким образом, если в течение 15-минутного подсчета у ворот А было замечено 25 человек, то оценочное число за 1-часовой период составило 100 человек.

Если подсчет на пункте входа не проводился в течение определенного 1-часового периода, подсчет для этого входа производился на основе подсчета в этом пункте в самое позднее время в этот день.

Этот подсчет также корректировался на основе соотношения количества людей, входящих в незамеченный пункт входа, и количества людей, входящих в наблюдаемый пункт входа за тот же 1-часовой период. Таким образом, если подсчет был произведен на воротах А, а на воротах В подсчет не проводился, но в предыдущий час подсчет был произведен на обоих воротах А и В, то отношение количества посетителей на воротах А и В использовалось для экстраполяции количества на ворота В. Например, если на воротах А в первый час было 100 посетителей, а на воротах В – 50, то количество посетителей на воротах В составляло 50 % от количества посетителей на воротах А. Если в следующий час фактическое количество посетителей на воротах А составляло 200, то оценка для ворот В будет равна 100 – то есть 50 % от фактического количества посетителей на воротах А.

Поскольку территория фестиваля официально открывалась в 10 утра каждый день, подсчет посетителей проводился после 10 утра и до или почти до закрытия. Однако некоторые люди заходили на территорию фестиваля до начала подсчета в 10 утра. Таким образом, каждый день сотрудники проводили визуальную оценку количества людей, находившихся на территории до 10 утра, и это число добавлялось к ежедневной оценке.

Было отмечено, что некоторые посетители покидали территорию и затем возвращались на нее, и их нельзя было отличить от тех, кто заходил впервые. Сотрудники пришли к консенсусу, что таких посетителей было относительно немного, и их наилучшая оценка заключалась в том, что из общего числа посетителей следует вычесть 5%, чтобы учесть повторные входы.

В результате этих процедур были получены следующие оценки ежедневной посещаемости: четверг, 17 851; пятница, 20 992; суббота, 42 352; и воскресенье, 20 612. Предполагаемое общее количество участников составило 106 807 человек.

Сбор данных

Инструмент, используемый для сбора данных, показан в приложении №2. Основная цель заключалась в том, чтобы анкета была короткой. Чем короче анкета, тем меньше времени требуется респондентам для ее заполнения и тем выше вероятность того, что они будут сотрудничать в исследовании. Для достижения этой цели было крайне важно, чтобы анкета содержала только основные вопросы. Критерием при ее разработке был следующий: что будет сделано с информацией, полученной из этого вопроса? Вопросы, которые могли бы дать «интересную информацию», не включались, если эта информация не была необходима для расчета экономического воздействия. В этом разделе объясняется обоснование каждого вопроса в анкете, показанной на приложении №2.

Приложение 2

Весенний фестиваль 1999:

Опрос посетителей города Оушен-Сити

ВРЕМЯ:

1. Какой почтовый индекс у вашего основного места жительства?

ДАТА:

2. В какие из следующих дней вы будете (были) на этом мероприятии?
(Пожалуйста, обведите все подходящие варианты)

Четверг Пятница Суббота Воскресенье

3. Сколько человек (включая вас) входит в вашу непосредственную группу? (Это количество людей, за которых вы обычно платите по счетам, например, ваша семья или близкие друзья).

4. Чтобы лучше понять экономическое влияние этого фестиваля, нам важно узнать приблизительную сумму денег, которую потратите вы и другие посетители из вашей группы, включая проезд до вашего дома и обратно. Мы понимаем, что это сложный вопрос, но, пожалуйста, постарайтесь ответить как можно лучше, поскольку ваши ответы очень важны для нашей работы. В ТЕЧЕНИЕ ВАШЕГО ВИЗИТА, КАКАЯ ПРИБЛИЗИТЕЛЬНАЯ СУММА ВАШЕЙ ГРУППЫ БУДЕТ ПОТРАТЕНА НА КАЖДЫЙ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ПУНКТОВ?

КАТЕГОРИИ:

ВИД РАСХОДОВ

Сумма, потраченная в районе Оушен-Сити _____.

Сумма, потраченная за пределами района Оушен-Сити _____.

А. Продукты питания и напитки (рестораны, торговые точки, кафетерии и т. д.) _____

В. Ночные клубы, лаунжи и бары (входная плата, напитки и т. д.) _____

С. Розничная торговля (сувениры, подарки, фильмы и т. д.) _____

D. Расходы на проживание (отели, мотели, апартаменты и т. д.) _____

E. Расходы на личный автомобиль (бензин, масло, ремонт, плата за парковку и т. д.) _____

F. Расходы на аренду автомобиля _____

G. Прочие расходы _____

Пожалуйста, определите:

5. Приехали бы вы в район Оушен-Сити в это время, даже если бы это мероприятие не состоялось?

Да

Нет

5a. Если «Да», останетесь ли вы в районе Оушен-Сити дольше, чем если бы это мероприятие не состоялось?

Да

Нет

5b. Если «Да» (в пункте 5a), то сколько еще времени?

Дни

6. Приехали бы вы в район Оушен-Сити в течение следующих трех месяцев, если бы не приехали в это время на это мероприятие?

Да

Нет

СПАСИБО!!!

Теперь рассмотрим с вами содержание вопросов данного приложения.

1. Какой почтовый индекс у вашего основного места жительства?

Этот вопрос был разработан для того, чтобы различить местных респондентов и респондентов, не являющихся местными жителями. Ранее было отмечено, что экономическое воздействие относится только к расходам, понесенным приезжими, поэтому тех, кто проживает в Оушен-Сити, необходимо исключить из расчетов исследования.

2. В какие из следующих дней вы будете (были ли вы) на этом мероприятии? (Пожалуйста, обведите все подходящие варианты)

Четверг Пятница Суббота Воскресенье

Очевидно, что если бы интересующее нас событие было запланировано только на один день, то этот вопрос был бы опущен. Ответы на этот вопрос позволяют рассчитать данные об экономическом воздействии в расчете на один день, на одного человека и на одну группу посетителей в день. Это позволяет организациям сравнивать экономическое воздействие событий, имеющих разные временные рамки, чтобы определить, какие типы событий обеспечивают наилучшую отдачу для сообщества от вложенных им ресурсов. Данные в расчете на один день также позволяют легко экстраполировать результаты обследованных событий на другие

аналогичные события, которые могут иметь другую продолжительность и на которых обследование не проводится.

3. Сколько человек (включая вас) входит в вашу ближайшую группу? (Это количество людей, за которых вы обычно платите по счетам, например, члены вашей семьи или близкие друзья) _____ человек

Этот вопрос призван направить мышление респондентов в сторону непосредственной группы, которая является единицей анализа используемой в следующем вопросе, который собирает финансовую информацию. Вопрос также позволяет рассчитать расходы на человека и на посетителя групповые расходы, что облегчает сравнение мероприятий агентства и экстраполяцию на мероприятия, не охваченные опросом.

Знание размера группы имеет важное значение в контексте специальных мероприятий, поскольку общие расходы рассчитываются путем умножения ответов выборки на общее количество участников. Это иллюстрировано в следующем расчете:

Общее количество посетителей мероприятия из других городов = 15 000

Средние расходы на одну группу респондентов = 30 долларов

Средний размер группы = 3

Общие расходы посетителей из других городов на мероприятие составляют $(15\ 000:3) \times 30\$ = 150\ 000\$$

Этот расчет невозможно было бы произвести без знания размера группы.

Было бы неточно учитывать только расходы отдельных респондентов, поскольку они могут оплачивать расходы других людей, или, наоборот, другие могут оплачивать их расходы. Единственный способ избежать этих источников ошибок — учитывать расходы всех членов непосредственной группы. Таким образом, в вопросе 4, который представлен ниже, особое внимание уделяется непосредственной группе.

Чтобы лучше понять экономическое влияние этого фестиваля, нам интересно узнать приблизительную сумму денег, которую вы и другие посетители из вашей непосредственной группы потратите, включая проезд до вашего дома и обратно. Мы понимаем, что это сложный вопрос, но, пожалуйста, постарайтесь ответить, потому что ваши ответы очень важны для нашей работы.

Вопрос 6 был разработан для выявления тех, кто меняет время посещения.

Те, кто ответил «да», изменили время запланированного визита в населенный пункт, чтобы оно совпало с мероприятием. Они были исключены из анализа, поскольку их расходы в населенном пункте нельзя отнести к мероприятию, так как они произошли бы и без него, хотя и в

другое время года.

Для проведения опроса были наняты пять активных пожилых людей. Была разработана и использована учебная брошюра, на основе которой была проведена часовая программа обучения, в ходе которой участникам разъяснили цель исследования, причины задавания каждого из вопросов в анкете, важность их роли, а также объяснили, как проводить интервью. Был разработан график выборки, в котором были указаны время и точки входа, где будут проводиться интервью. В каждой точке входа и в каждое время опрашивался каждый восьмой участник. Интервью проводились в течение всего дня на протяжении всех четырех дней.

Были проведены интервью с 1447 посетителями фестиваля Springfest, но 326 из них были жителями Оушен-Сити, то есть лицами, проживающими в почтовых индексах 21842, 21843, 21811 и 21813. Из 1121 приезжего 705 указали, что посетили бы Оушен-Сити, если бы фестиваль Springfest не состоялся. Однако 211 из этих 705 сообщили, что продлили свое пребывание в Оушен-Сити в среднем на 1,94 дня из-за фестиваля Springfest, поэтому экономическое влияние этих дополнительных дней объясняется фестивалем. В дальнейшем обсуждении люди из этой группы называются «длительно остающимися».

Их отличают от 384 «приезжих», средняя продолжительность пребывания которых составляла 2,10 дня, для которых фестиваль был основной причиной посещения Оушен-Сити. Поскольку экономический эффект учитывает только новые денежные средства, поступающие в город из-за его пределов и связанные с мероприятием Springfest, в последующем анализе не принимались во внимание как местные жители, так и посетители, приехавшие из-за пределов города, которые приехали бы в район Оушен-Сити, даже если бы мероприятие не проводилось, и не продлили бы свое пребывание из-за этого.

Единицей анализа для сбора данных и оценки экономического воздействия была непосредственная группа, которая определялась как совокупность лиц, за которых один человек оплачивал расходы. Средние размеры групп для приезжих и тех, кто оставался на территории фестиваля длительное время, составляли 3,16 и 3,38 человека соответственно. Анкета содержала информацию о групповых расходах респондентов, связанных с посещением фестиваля, и о количестве дней, в течение которых группа посещала мероприятие. Это позволило рассчитать расходы на человека в день.

Благодаря полученным результатам было установлены средние расходы на человека в день в районе Оушен-Сити. Эти данные были экстраполированы на долю посетителей фестиваля, которые были приезжими (27 811) и задержались на длительный срок (15 282). Таким образом, расходы на продукты питания и напитки в районе Оушен-Сити

составили $[(18,18 \times 27\,811) + (12,63 \times 15\,282)]$, что дало 698 598 долларов США (505 622 доллара США + 192 976 долларов США). Эти результаты показывают, что оценка экономического воздействия посетителей, измеренного по прямым расходам, составила 1 922 000 долларов США (1 422 000 долларов США от приезжих и 500 000 долларов США от задержавшихся на длительный срок).

Следующим этапом была оценка влияния этих новых денег на экономику Оушен-Сити. Это было сделано с использованием модели межотраслевого баланса IMPLAN для города. В полученной от респондентов информации содержались данные о том, что оценочный экономический эффект, измеренный после применения мультипликаторов продаж, составил 2 655 000 долларов США (1 964 000 долларов США + 691 000 долларов США). Более полезным показателем экономического эффекта является его влияние на доходы жителей города.

В результате социологического опроса было установлено, что экономический эффект на личный доход в Оушен-Сити оценивается в 1 101 000 долларов США (819 000 долларов США + 282 000 долларов США). Наконец, исследователи установили, что фестиваль создал 61 рабочее место.

В то же время, неизбежным результатом неправильного использования методологии оценки экономического воздействия стало усиление негативной реакции на саму идею о том, что туризм может играть какую-либо роль в местном экономическом развитии. Хотя этот цинизм редко публикуется в отраслевых журналах, он часто выражается в частных беседах, а иногда даже в публичных выступлениях чиновников.

Таким образом, исследователи пришли к выводу о том, что экономической воздействие туризма на развитие местной инфраструктуры неизбежно вызывает позитивный экономический эффект, который выражается в повышении доходов курортного города и эти средства идут как на развитие туристической инфраструктуры, так и на повышение жизненного уровня населения, обслуживающего туристическую индустрию.

В этой связи, было бы целесообразно провести аналогичные исследования в городах Самарканде, Бухаре, Хиве, Ташкенте, Шахрисабзе и других туристических городах Узбекистана для более конкретного получения информации о финансовых доходах Республики Узбекистан в сфере организации и приема туристических потоков иностранцев, прибывающих для отдыха в нашу страну.

ЛИТЕРАТУРА:

1. https://www.researchgate.net/publication/237302219_A_Guide_for_Undertaking_Economic_Impact_Studies_The_Springfest_Example.

2. Curtis, Gregory (1993). "Waterlogged." Texas Monthly, September: 7.
3. Howard, Dennis R., and John L. Crompton (1995). Financing Sport. Morgantown, WV: Fitness Information Technology.
4. Minnesota IMPLAN Group (1997). IMPLAN Professional: Social Accounting & Impact Analysis Software. Stillwater, MN: Minnesota IMPLAN Group.

**YOSHLAR MA'NAVIYATINI RIVOJLANTIRISHDA ILG'OR
TAJIRIBALAR VA ULARNI JORIY ETISH. УГЛУБЛЕННЫЙ ОПЫТ
В РАЗВИТИИ ДУХОВНОСТИ МОЛОДЕЖИ И ЕЕ ПРИМЕНЕНИИ
НА ПРАКТИКЕ. ADVANCED EXPERIENCES IN THE
DEVELOPMENT OF YOUTH SPIRITUALITY AND THEIR
IMPLEMENTATION.....123**

Sharipov Egamberdi Komiljon o'g'li, Chirchiq davlat pedagogika universiteti
magistranti e-mail. egamberdi.sharipov@mail.ru123

Kirish.....124

Adabiyotlar tahlili va metodologiya.....124

Muhokama.....126

Natijalar127

Xulosa.....132

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati.....132

**О МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
КУРОРТНОГО ГОРОДА В США. AQSHDAGI DAM Olish
MASKANIDAN FOYDALANGAN HOLDA TURIZMNING
IQTISODIYOTGA TA'SIRINI BAHOLASH METODOLOGIYASI
HAQIDA. ABOUT THE METHODOLOGY OF ASSESSING THE
ECONOMIC IMPACT OF TOURISM USING A RESORT CITY IN
THE USA.....133**

Баратов Миродилжон Хомуджонович, Заведующий отделом Института
государства и права Академии наук Республики Узбекистан, доктор
юридических наук, профессор. mirodil707@mail.ru

Акрамходжаев Бори Тохтаходжаевич, Старший научный сотрудник
Института государства и права Академии наук Республики Узбекистан,
кандидат юридических наук, доцент. 1370017a@gmail.com

Морковкин Дмитрий Евгеньевич, Ведущий научный сотрудник
Института исследований международных экономических отношений
Федерального государственного образовательного бюджетного
учреждения высшего образования «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», кандидат экономических наук,
доцент. MorkovkinDE@mail.ru.....133

Обоснование исследований экономического воздействия136

Исключение местных жителей.....140

Исключение «посетителей, переключившихся на другое время» и
«случайных посетителей».....140

Оценка посещаемости на весеннем фестивале.....143

Литература.....149

Авторами научных публикаций являются академики, доктора и кандидаты наук, профессора, доценты, преподаватели, сотрудники, магистры, студенты и иные самостоятельные исследователи. Каждый из них активно проводит научные исследования в разных областях науки и техники, представляя в качестве результатов проведённых работ научные статьи.

Международный научный журнал «Все науки», созданный при ООО «Electron Laboratory» и Научной школе «Электрон», является научным изданием, публикующим последние научные результаты в самых различных областях науки и техники, представляя собой также сборник публикаций по вышеуказанным темам коллегией авторов и рецензируемый редколлегией (учёным советом) Научной школы «Электрон» и на платформе «Ридеро» ежемесячно.

ISBN 978-5-0065-0304-5



9 785006 503045 >

Ridero

Ridero.ru – издай
книгу бесплатно!