



Асан Досмұхамет

ТУРИСТИК ИНДУСТРИЯНЫҢ МӘНІ ЖӘНЕ ОНЫ БАСҚАРУДЫ ҰЙЫМДАСТАЫРУ МӘСЕЛЕЛЕРИ

*В этой статье рассматриваются
сущность туристской индустрии и
проблемы ее управления.*

*This considered the of tourism
industry and the problems of its
management.*

Туризм экономиканың қарқынды дамыған және көп табыс беретін салаларының бірі болып табылады, көптеген елдер мен аймақтарда тұрктық әлеуметтік-экономикалық дамуды қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Туризм үлесі жоғары дамыған экономикада 2%-дан және ірі туристік секторларға қатысты елдерде диверсификацияланған экономикаларда 10%-ға дейін өзгеріп отырады. Араптық мемлекеттерде және едәуір дамыған елдерде онын үлесі 30-40%-ға дейін құрауы мүмкін. Көптеген елдер үшін шетел туризмі экспорттан түсетін табысты арттырудың және ұлттық экономиканы өсірудің маңызды көзіне айналған.

Қазіргі таңда дүниежүзілік экономикалық және әлеуметтік қатынастардағы халықаралық туризмнің атқаратын едәуір рөліне қарамастан ғылыми негіздерде туризм көрсеткіштері мен оларға әсер ететін әлеуметтік процестер арасындағы тәуелділікті зерттеуге арналған жұмыстар жок. Арнайы әдебиет құралдарында, негізінен, бірегей туристік ресурстар, капитал, еңбек ресурстары, пайдалы салық және шекаралық режимнің болуы секілді факторларды атап көрсетумен аяқталады. Бұл факторлар, сөзсіз, барлық елдердегі туризмнің дамуына үлкен әсер етеді.

Туристік индустрия – туристік өнімді өндіру, тарату, алмасу және тұтынуды, туристік ресурстарды пайдалану мен игеруге қамтамасыз ететін және туризмнің материалдық-техникалық базасын құратын өндірістік емес сала және материалдың өндіріс ұйымдары және мекемелер, кәсіпорындар кешені [1.3]. Салааралық халық шаруашылық кешен бола отырып, туристік индустрия өзіне келесі компоненттерді қосады:

- туризмді ұйымдастырушылар – туристік өнімдерді өндіру, жүзеге асыру және жоғарылату бойынша туристік кәсіпорындар (туроператорлар және турагенттер);
- орналастыру бойынша қызмет көрсететін кәсіпорындар (конак үй, мотель, пансионат, демалыс үйлері және тағы басқа);
- тамактандыру кәсіпорындары (мейрамхана, кафе, бар және тағы басқа);
- көліктік кәсіпорындар (авто- және авиациялық кәсіпорын, теміржол ведомствасы, өзен және теңіз көліктері кәсіпорны және тағы басқа);
- экскурсиялық бюро;
- өндірістік туристік кәсіпорын (туристік жәдігерлер, қонақ үй жиһаздары, туристік жабдықтар өндірісі);
- сауда кәсіпорны (туристік жәдігерлер мен



жабдықтарды жүзеге асыру бойынша дүкендер);

- ойын-сауық кәсіпорындары (тематикалық саябақтар, киноконцерттік залдар, ойын автоматтар залы және тағы басқа);
- жеке туризм мекемелері (туристер, альпинистер, велосипедшілер клубы);
- туризмді басқару органдары (мемлекеттік мекемелер, қоғамдық туристік ұйымдар);
- оқу, ғылыми, жоба мекемелері.

Туризмді ұйымдастырудың процестерін көнешту және құрделендіру шарасы бойынша ұлттық экономикалық кәсіпорындары мен барлық жана салалары туристік өндіріске қатысты болады. Саяхатшыларға қызмет көрсетумен сауда кәсіпорындары, банк, сактандыру компаниясы айналысады. Тек саяхатшыларға ғана қызмет көрсетіп қана қоймай, сондай-ақ халықтың басқа топтарына да қызмет көрсететін кәсіпорындардың туристік индустріясын қалыптастырады: мәдениет, сауықтыру және медицина мекемелері, байланыс ұйымдары, халық тұтынатын тауарлар өндірісі бойынша кәсіпорындар, қоғамдық тасымалдау көлігі және тағы басқа.

Саяхатшыдан саяхаттау процесінде алынған тұтынушы құнының кешені туризм еңбегіне салынған өнімді білдіреді, ол тәжірибеде «туристік өнім» деп аталады.

Туристік өнім – тұтынушылық құнға ие, туристік қызмет түріндегі қоғамдық енбек нәтижесі. Кен мағынада туристік өнім туристік қызметтін кез келген түрі болып табылады.

Туристік фирма нарығын белгіленген жерде және осы мерзімде туристік өнімді сату-сатып алу процестерін қамтамасыз ету үшін сұраныс пен ұсынысты біркітіретін қоғамдық-экономикалық құбылыс ретінде анықтауға болады.

Туризм нарығын сипаттау кезінде келесі моменттерді есепке алу кажет:

- басты сату-сатып алу құралы қызмет түрлері болып табылады;
- сатып алушы мен сатушыдан басқа туристік нарық механизміне сұраныс пен ұсыныс байланыстарын қамтамасыз ететін делдалдық түйіндердін едәуір мөлшерін қосады;
- туристік қызметтерге сұраныс бірнеше ерекшеліктермен ерекшеленеді: материалдық мүмкіндіктер, жасы, мақсаты және себептері бойынша саяхатқа қатысушылардың түрлері;
- икемділігі: туристік ұсыныстардан мерзімі мен орны бойынша алшактау;
- туристік ұсыныстар сондай-ақ ерекше сипаттармен сипатталады: туризмде тауар және қызметтер үш жақты сипатқа ие (табиғи ресурстар, құрылған ресурстар, туристік қызметтер); салалардың жоғары көрсійымдылығы; төмен икемділік; кешенділік.

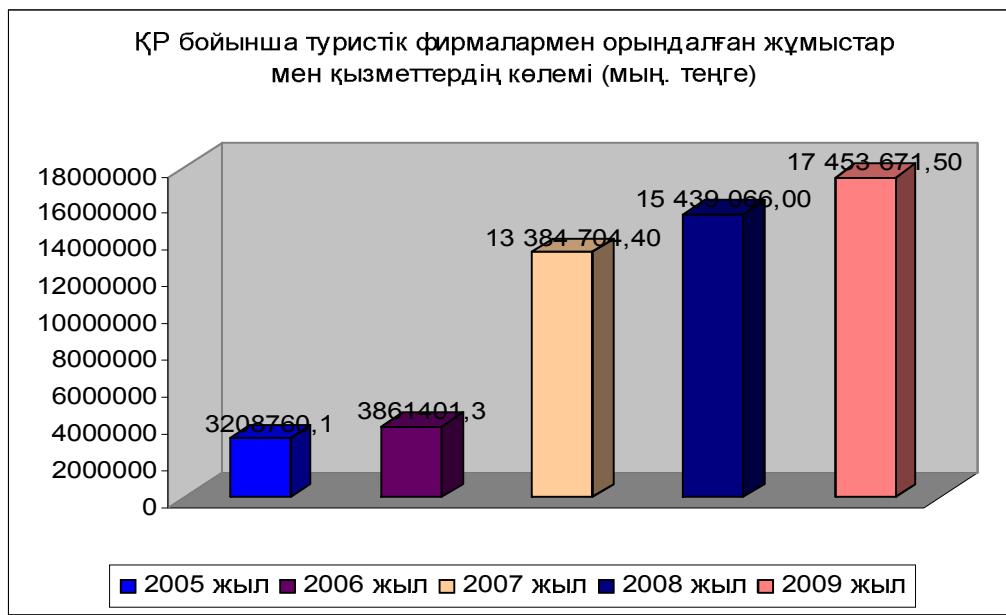
Кез келген тауар нарығы секілді, туризм нарығы да бір текті емес. Оның құрылымында өзіндік масштабтар бойынша едәуір кішкентай нарықтар ерекшеленеді. Осыған байланысты туристік нарықты жіктеудін жетерліктер көптеген белгілері болады.

Бұғынғі таңда туристік фирмалар көбейіп кеткен, әсіресе ірі қалаларда және құшті бәсекелестік оларға нарықта өздерінің текшелерін иемденуге мәжбүрлайды. Жеке елдермен немесе бағыттармен айналысатын фирмалар, тек саяхатшыларды қабылдау жұмыстарымен айналысатын фирмалар бар. Топтармен, жеке тапсырыс бойынша саяхаттарды ұйымдастыратын фирмалар да кездеседі. Толығымен саяхатты ұйымдастыратын турфирмалар бар және басқа турфирмаларға женилдікпен дайын маршруттарды ұсынатындар және туроператор мен клиенттер арасында делдал болатын турагенттіктер бар.

Қазақстан Республикасында қазіргі таңда туризм индустріясы дамып келеді. 1992 жылдан бастап КР «Туризм туралы» зан күшіне енгені белгілі. 1993 жылы Қазақстан Бұкілөлемдік туризм ұйымына мүше болды. Осы жылы туризм индустріясын дамытуға арналған ұлттық бағдарлама қабылданды. Ал, 1997 жылы елімізде Ұлы Жібек жолының тарихи орталықтарын қайта өрлең, түркі тілдес мемлекеттердің мәдени мұралар сабактастығын дамыту тұжырымдамасы мен 2030 жылға дейін туризм дамуының стратегиясы жасалды. 2001 жылдың 13 маусымында «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» зан қабылданды [2]. Осыған байланысты республикадағы туристік саланы дамытудың бірінші кезектегі шаралары, туристік қызметті лицензиялау тағы да басқа мәселелер нактыланды.

Қазақстан Республикасында соңғы жылдардағы бойынша туристік фирмалармен орындалған жұмыстар мен қызметтердің көлемін келесі диаграммадан көруге болады.

Туристік фирмалармен орындалған жұмыстар мен қызметтердің көлемі 2009 жылы 17453671,5 мың теңгені құрады. 2005 жылы 1093717,8 мың теңге болған. Бұл мәлімет қаншалықты жоғарылағанын диаграмма көрсетіп отыр.



Ескерту: ҚР статистикалық мәліметтер негізінде автор есептеген.

Бұл көрсеткіштер туристік потенциалы бар мемлекетіміз үшін әлі де төмен деп айтуға болады. Дүниежүзі бойынша туризмнен түсітін табыс, мұнайдан түсітін табыстан кейін, екінші орын алады. Қазақстанның табиғи, тарихи, геосаяси орны туристік нысандарды ұтымды пайдалануға мүмкіншілік береді, сонымен қатар, экономиканың басты тармақтарының бірі ретінде дамытуды қажет етеді.

Сондықтан туризм саласы қызметтің мемлекеттік реттеу мен басқаруды ұйымдастыру мәселелерін дамыту керек.

Бұл бағытта мынадай шараларды іске асыру қажет:

- сырттан келушілер туризмі мен ішкі туризмді дамыту, көші-қон, визалық және тіркеу рәсімдерін, кеден және шекара бақылауын онайлату мәселелері жөніндегі заннаманы жетілдіру;
- туризм саласындағы халықаралық шарттық базасын кеңейту негізінде шет елдермен ынтымактастықты жаңдандыру;
- белгіленген техникалық реттеу жүйесінін талаптарына сәйкес туристік және қонақ үйлік қызмет көрсетулердің сапасын арттыру;
- мемлекеттік және жеке меншік секторлары арасында туризм саласындағы қызметті үйлестірудің ең жоғары деңгейін қамтамасыз ету;
- туристік инфрақұрылымды дамытуды мемлекеттік қолдауды қамтамасыз ету;

Туризм инфрақұрылымын дамыту және инвестициялық ахуалды жақсарту мәселелерін шешу үшін мынадай басқару шараларды жүзеге асыру қажет:

- электр беру желісін тарту;
- сумен жабдықтау және су тарту жүйесінін құрылышын салу;
- телефон желісін төсөу немесе өткізу және спутниктік байланыспен қамтамасыз ету;
- көлік жолдарын салу және қайта жаңғыру.

Туристік индустрияны басқару қызметтің үш негізгі топқа бөліп, оны іске асырумыз керек. Олар:

- 1) Жалпы басқару (нормативтік талаптардың, басқару саясатының, инновацияның саясаты, жұмыстың жоспарлануы, ұйымдастырылуы, ынталандыру, үйлесімдік, бақылау және жауапкершілікті орнату);
- 2) туристік кәсіпорынның құрылымын басқару (оның құрылуы, қызмет пәні, құқықтық формалары, аймақтық сұраптарты, басқа кәсіпорындармен байланысы, ұйымдастыру, қайта құру, жою);
- 3) Басқарудың нақты облыстары (маркетинг, өндіріс, кадрлар, қаржы, негізгі қорлар).

Әдебиеттер:

1. Шмарова Л.В. Статистическое исследование зависимостей между показателями международного туризма и воздействующими на них экономическими факторами. - М, 2002. (www.wto.org).
2. Қазақстанда туризм қарқынды даму үстінде. // Заң газеті, 2 қараша 2010 ж.