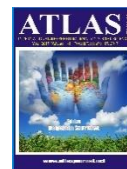




ATLAS INTERNATIONAL REFERRED JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

ISSN:2619-936X



Article Arrival Date: 15.03.2018

Published Date: 31.05.2018

2018 / May

Vol 4, Issue:8

Pp:62-66

Disciplines: Areas of Social Studies Sciences (Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences)

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ ЖӘНЕ ТУРИСТІК НАРЫҚ INTERNATIONAL TOURISM FEATURES AND INTERNATIONAL TOURISM MARKET

Damezhan SADYKOVA

Kazakh State Women's Pedagogical University Master of Natural Sciences, senior teacher, Almaty/ Kazakhstan

Dinur ADILKHAN

History Teacher Secondary school №157, Almaty/ Kazakhstan

ТҮЙІНДЕМЕ

Туризм — бүкіл әлемдік құбылыс. Қазір туристерді қабылдамайтын, туристерін саяхатқа жібермейтін ел жоқ. Рекреациялық ресурс барлық жерде бар, оның деңгейі экономикалық теорияға сәйкес сұранысқа қарай анықталады, ол өз ретінде елдің туризм бойынша шығыны мен табысын белгілейді. Бұның барлығы статистика арқылы көрсетіледі, яғни нақты туризм туралы мәліметтер, оның құрылымы туралы анықтамалар.

XX ғасырдың 80-ші жылдары батыс Еуропаның мемлекеттерінің туристік сұранысында жаңа тенденциялар пайда болды. Олар экономикалық және әлеуметтік факторлар тұрғысынан туындады, сондай-ақ қазіргі адамдардың психологиясының өзгеруімен де байланысты еді. Туристік тұтынушылықтың құрылымына басты әсерін тигізген экономикалық жағдайдың нашарлауы болды. Индустриясы дамыған елдердегі тоқырау жұмыссыздықтың санын көбейтті. Сонымен қатар негізгі туристік қызметті пайдаланушыларға - қоғамның орта буынына да әсерін тигізді, олар бос уақытын дұрыс пайдаланудың жолдарын іздеуге мәжбүр болды.

Осындай жағдайда туристік қызметтің потенциалды тұтынушыларының шеңберінің кеңеюі бірінші тенденция болып табылады. Халықаралық туризмнің екінші тенденциясы - егде адамдардың туристік сұранысының кеңеюі. Солардың ішінен толығырақ зейнеткерлік жасқа тоқталық, өйткені егде адамдар жиі туристік белсенділік көрсетеді. Зейнеткерлік жас дамыған елдердің көбінде 60-65 жас аралығында болады. Экономикалық төмендеуге байланысты кейбір өндіріс орындары қаражат дағдарысына ұшырады, сондықтан да 60 жасқа толған адамдарды да, толуға таялғандарды да зейнеткерлік демалысқа жіберуге мәжбүр болды. Бұлар нағыз мықты, үнемі қозғалыстағы адамдар, олардың бос уақыты мол және сапар шегуге әр уақытта дайын болды. Олар ішкі және халықаралық туризм нарқының дамуына өз үлестерін қосты.

Тірек сөздер: Халықаралық Туризмнің, Ерекшеліктері Және Туристік Нарық

ABSTRACT

Tourism is a global phenomenon. Now there is no country that does not accept tourists and does not allow tourists to travel. There are plenty of recreational resource, in accordance with the level of economic theory, as determined by demand, which sets the country's tourism income and expenses. All this is reflected by statistics, that is, specific information about tourism in the structure of its definitions.

In the 80s of the XX century, new trends have arisen in the tourist demand of Western European countries. They originated from the point of view of economic and social factors, as well as the change in the psychology of modern people. There has been a deterioration in the economic situation that has had a major impact on the structure of tourism consumers. Stagnation in industrialized countries has increased the number of unemployed. At the same time, the main tourist service users - the middle class of the society also had to look for ways to use their leisure time correctly.

In this case, the first trend is the expansion of the range of potential tourist services. The second trend of international tourism is the expansion of tourist demand of older people. Of all these, let's talk more about retirement age because older people often show tourist activity. Most retired people are between the ages of 60-65. Depending on the economic downturn, some industries have suffered a financial crisis, so people who have reached the age of 60 have been forced to retire. They were really strong, constantly moving, they had plenty of free time and were always ready to travel. They have contributed to the development of domestic and international tourism market.

Key Words: International Tourism, Features, Market

Халықаралық туризм - бұл өте күрделі және сирек кездесетін құбылыс. Бәрімізге белгілі, мемлекеттің сыртқы экономикалық байланысы айырбастың әр түрлі формалары арқылы іске асады; аманат кассасындағы ақша, шетелдік салымдар, халықтардың көшіп-қонуы, мәдениет төңірегіндегі айырбас, сауда қызмет көрсету және тағы басқалар.

Қандай бір ел болмасын оның ең күрделі экономикалық іс-әрекеті сыртқы экономикалық айырбас, жеке алғанда, нәтижесі валютамен түсетін сыртқы сауда. Халықаралық сауда секілді халықаралық туризм экономистерді ішкі туризмнен бұрын қызықтыра бастады. Олар, туристік қозғалыс төлем балансына тауар айырбасы секілді әсер етеді деген қорытындыға келді. Сондықтан да, халықаралық туризмді сыртқы экономикалық байланыстың бір түрі деп білген жөн, яғни ол сыртқы сауданың арнайы бір түрі болады. Халықаралық туризм халықаралық қатынастардың бір түрі ретінде шетел туристеріне кең көлемде мәдени және рухани қажеттіліктерін өтеуге бағытталған туристік қызметтер көрсетеді. Халықаралық туризм сыртқы экономикалық байланыстың бір түрі болғанымен, бірқатар өзіндік ерекшеліктері де болады. Халықаралық туризмде турист өзінің елінен шығып, басқа бір шетелдік елге барады. Кеденнен өту үшін туристік құжаттарды толтырады (паспорт, виза жасау), валюта және медициналық бақылаудан өтеді. Бұл халықаралық туризмнің ерекшелігі болып саналады және ішкі туризмнен ең басты айырмашылығы. ДТҰ туристік құжаттарды толтыруды қысқартып реттеуіне ерекше маңыз бере отырып, жаңадан ұсыныстар жасап, оны қабылдады:

- паспорт формальдылықтары: паспорт қызметін бір орталықтан босату; шетелдік паспорттарды жасаудың жұмыстарын реттеп, мерзімін қысқарту; ақша жинауды реттеу; паспорттың жарамдылық мерзімін 5 жылдан кем етпеу және сапар санын шектемеу; шетелдік паспорттың иесі оны өзінде сақтауы және конфискацияға тыйым салу; паспортты компьютер жүйесі арқылы тексеру үшін ИКАО стандартына бейімдеу;

- виза формальдылықтары: рұқсатсыз кіру үш айға дейін; визаның мерзімін 12 айға дейін ұзарту және бірнеше сапарларға рұқсат ету мен көліктің кез келген түрін пайдалануға болатындығы; көрші мемлекеттердің визаны мойындауы; өте сирек жағдайда

бақылау бекеттерінде кіруге рұқсат ету; туристердің азаматтығына қарамастан, бірдей консульдық жинақды бекіту;

- валюта формальдылықтары: кеден декларациясында көрсетілген валюта мөлшеріне рұқсат ету; қазіргі валюта айырбастау туралы туристерге толық мәлімет беру; кірудің бақылау-жіберу бекеттерінде толық мәліметтерді іліп қою; барған елінен кетерде қайтадан валюта айырбастау мүмкіндіктерін

қамтамасыз ету; алып келген валюталарын өз еркімен ғана айырбастау; елден кетерде туристерге өз елінде сапарын жалғастыру үшін керекті мөлшерде ұлттық

ақшаларына рұқсат ету;

- кедендік формальдылықтар: кірерде және шығарда туристерге салық салу; туристік объектілерді жаңарту үшін кейбір салықтар мен ақша жинаудың түрін енгізу; медициналық формальдылықтар мен туристерге медициналық жәрдем көрсету: ұлттық туристік әкімшіліктің денсаулық сақтау органдарымен келісіп жұмыс істеуін кеңейту, керек жағдайда туристерге медицинаға байланысты толық мәліметтер беру; туристерге жәрдем көрсету және мемлекетпен медициналық қауіпсіздік туралы жан-жақты келісімдер жасау; туристерге жедел медициналық көмек көрсетуді ұйымдастыру; қатаң түрде ауырып қалған жағдайда немесе қайтыс болғанда консулдық пен туыстарына хабарлау; жерлеу немесе алып кету үшін қажетті құжаттарды тез арада дайындау. Бұндай ұсыныстар, туристік формальдылықтарды қысқартудың негізгі қағидалары Будапешт конвенциясында алынып отыр және ол туризм туралы Гаага декларациясында қолдау тапты. Туристік формальдылықтар мемлекеттік шекараны кесіп өтумен байланысты халықаралық туризмнің ең басты ерекшеліктері болып саналынады. Неғұрлым мемлекеттің ақша жүйесінде айырмашылық және адамдардың қозғалу жолында кедергілер көп болса, соғұрлым халықаралық туризмнің ішкі туризмнен айырмашылығы басымырақ болады. Әлемдік нарықта сыртқы сауда айырбасына тікелей кірмейтін тауарлар мен көрсетілетін қызметтерді сатуға және сатып алуға болмайды. Бұл жерде тек тауарлар мен қызметтер ғана емес, сонымен қатар табиғи және әлеуметтік-экономикалық туристік-рекреациялық ресурстар да сатылады және сатылып алынады. Бірақ, дәстүрлі экспорттағыдай, бұл сату мен сатып алу территориядан айырылмайды. Басқа осындай ерекшелігі - тауар мен қызмет өндірісіне жұмсалған зат пен еңбек құралған жерінде іске асады. Бұл жерде тауарлардың тұтынушыға жылжуы емес, керісінше тұтынушының тауар-қызмет өндірілетін жерге келуі орындалады. Бұл капиталдың айырбас шеңбер уақытын қысқартады және халықаралық туризмді басқа экспорттық статъялардан пайдалы ерекшеленетін бірнеше шарттарды құрайды. Біріншіден, сатып алушы (турист) көліктік шығындарды өзіне алады. Екіншіден, шетел туристерінің келген уақытында сувенирлер мен тауарларды сатып алуын сыртқы сауда операцияларының пайдалы түрі ретінде қарастыруға болады. Көптеген елдердегі әр түрлі салалар осы ішкі экспортқа жұмыс жасайды. Мысалы, Жапонияда шетел туристері елде шығарылатын радиотауарлар мен бейне-аппаратуралардың, фотоаппараттардың көп бөлігін сатып алады; Швейцарияда - сағаттарды; Францияда - парфюмерия заттарын; Италияда — аяқ киім мен тері заттарын; Ұлыбританияда - арақ (виски) және т.б. Халықаралық туризмге сыртқы саудада қалыптасқан операциялар түрі тән: экспорт, импорт және рээкспорт. Халықаралық экономикалық қатынастың бір түрі ретінде халықаралық туризмнің өзіндік басты ерекшелігі туристік фирма немесе шетел туристерінің өзі бола алатын барлық сыртқы сауда, келісім сияқты қызметтерді иемдену шетел турагенттіктері арқылы жүреді. Осыған байланысты халықаралық туризмде экспортты шетел қонақтарын қабылдау, ал импортты осы мемлекеттің туристерін шетелге жіберу ретінде түсінеді. Халықаралық туризмде рээкспортты түсінуде қиыншылықтар бар. Теория бойынша осы категорияға бұл мемлекеттің туристік ұйымынан үшінші мемлекетке сапар шегу үшін тур сатып аяған барлық шетелдік туристер жатуы керек. Бірақ қазіргі кезде санақ жүйесінің жетілмегендігінен бұл категориялы туристерді көрсету өте қиын. Халықаралық туризмнің тағы да бір ерекшелігі — елдің төлем балансына тигізетін әсері. Сондықтан да шетелдік туристердің келуін "белсенді" туризм деп

атайды. Оған қарсы, туристердің шетелге кетуі ұлттық ақша мөлшерінің азаюына әсерін тигізеді. Бұндай туризмді "белсенді емес" дейді. Туристердің белсенді және белсенді емес болып бөлінуі туристік іс-әрекеттің қаражат нәтижесімен байланысты, ол халықаралық туризмде ғана болады, ішкі туризмге тарамайды. Кейбір жағдайларда шетелдік туризмнің дамуы елдің экономикалық және әлеуметтік дамуын жылдамдатуға да жіберілуі мүмкін. Шаруашылық жүйесінде туризм еңбектің бөлінетінін көрсетеді, бұндайда басты рольді экономикасы жоғары дамыған елдер атқарады. Сыртқы сауданың басым бөлігі өнеркәсібі дамыған елдердің арасындағы тауар алмасуға келетінін білеміз. Халықаралық туристік алмасуда да нақ солай болады. Әлемдегі негізгі туристік сапарлардың көбісі өндірісі жоғары дамыған елдер арасында жүреді, өйткені оларда азаматтардың шетелге шығу пайызы жоғары (АҚШ, Франция, Ұлыбритания). Сондай-ақ, солар және экономикасы орта деңгейде дамыған елдер (Греция, Португалия, , Түркия) және дамушы елдер де (Тунис, Таиланд және т.б.) арасында жүреді және іске асырылады. Осыған байланысты Дүниежүзілік туристік ұйым келесі анықтаманы қабылдады: "туристерді жеткізуші елдер" және "туристерді қабылдаушы елдер". Экономикалық жағынан белсенді туризм (туристерді қабылдау) туристік игіліктерді экспорттау, ал белсенді емес туризм (азаматтар шығу) — импорттау деуге болады. Белсенді және белсенді емес туризмнің экономикалық әсерін есептеу қиын, өйткені шетел туристерінің жергілікті өндірістің өнімдерне сұранысы мен көлемі туралы хабарлар жоқ. Бұл сұранысты есепке алу мүмкін емес, оны тек болжауға болады. Статистикалық есептің қиындығы иемдену қабылдаушы мемлекетте жүреді, ал иемденген тауарлар тұрақты тұру мемлекетіне әкелінеді. Бұл тауарлар шекараны өткенде тізімге алынбайды. Бұл жерде белсенді туризмді "көрінбейтін экспорт", ал белсенді емес туризмді — "көрінбейтін импорт" деуге болады. Шетел туризмін экономикалық дамуды тездететін, төлем балансын жылдамдататын және мемлекеттік қорын үлкейтудің қайнар көзі деуге болады. Халықаралық туристік нарық экономикалық категория ретінде өзін тауар-ақша қатынас сферасы есебінде ұсынады, оның өзіне тән ерекшеліктерін келесі қағидаларымен анықтауға болады /1/:

- нарықтың кешенді сипаты болады, яғни онда көрсетілетін қызмет пен тауарға сұраныс және ұсыныс орын алады;
- көрсетілетін қызмет пен тауарларды пайдалану өндіретін елде болады. Бұл жағдайды сыртқы сауда операциясының пайдалы түрі ретінде қарауға болады, өйткені ішкі нарықта сауда жеке бағамен жүргізіледі және ол көтерме бағадан едәуір жоғары;
- сұраныс субъективті түрде болады.

Тұтынудың түрі ретінде сұраныс тура тұтынушылардың жеке табысына тәуелді. Тұрмыстың жақсаруымен, соған сәйкес, тұрақты жердегі және демалыстағы шығынның да өзара қатынасы өзгереді. Демалыстағы туристік шығынның өсуі, әрине, тұрақты жеріндегі шығынды құлдыратпайды. Туристің демалыс кезіндегі шығыны оның тұрақты жеріндегі шығынынан әлдеқайда жоғары келеді. Қоғам өмірінің деңгейі жоғарылағанда ғана туризмге деген шығын өседі. Туристік қажеттілік пайда болады және өндірістік күштің дамуының белгілі бір деңгейінде соған қоғамдық-экономикалық жағдай сәйкес келгенде ғана қалыптасады. Бірте-бірте күнделікті бюджет туристік бюджетке ауыса бастайды. Мұндай процестер экономикасы дамыған елдерде ғана анық байқалады;

- туризмдегі ұсыныс өте икемсіз. Бұлай болу себебі - мұнда өндірістің мүмкіндіктері нақты анықталған, сұраныстың өзгеруіне қарай жылдам өзгере

алмайды. Сұраныстың көбісі туристерге көрсетілетін қызмет болғандықтан, ұсыныстарды дамытып іске асыру үшін туристік инфрақұрылымға және негізгі қорға көп капитал қажет болады;

- туристік мекемелер жұмысының өзіндік ерекшелігі — стратегиялық қорды құрудың мүмкін еместігі. Онысыз "өлі мезгіл" кезіндегі жұмыссыздықты өтеу үшін "мезгілдің шыңы" кезіндегі ұсыныстарға сай жұмысты ұлғайта алмайды. Мұның барлығы мекеме үшін өтелмейтін шығын.

Сондықтан да, туристік потенциалға, туристік қызметтегі сұраныс пен ұсынысқа кешенді баға беру арқылы туристік шаруашылықтың қазіргі тиімділігін анықтауға және оған дамуына ұзақ мерзімдік болжам жасауға болады. Сыртқы экономикалық іс-әрекеттің маңызды жағының бірі ретінде, халықаралық туристік ағымдардың өсуі мемлекет арасындағы сыртқы экономикалық байланыстарды кеңейтуге әсерін тигізеді, материалдық байлықтар мен мәдени құндылықты құруда басқа ұлттардың тәжірибесін пайдалануға мүмкіндік береді. Осының арқасында, сыртқы экономикалық байланыстың бір түрі ретінде, халықаралық туризмнің маңызы үздіксіз өсе береді.

Пайдаланған әдебиеттер

- 1.Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2001.
2. Ердавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. Алматы: Атамұра,2000.
3. Ердавлетов С.Р. Основы географии туризма: Учебное пособие. Алма-Ата : КазГУ, 1991.
4. Мироненко Н.С.Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. М.,1981.
5. Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. Минск Университетское, 1985.
- 6.В.Н.Вуколов. Экономика и география туризма. М.1984г.
- 7.Ян Гезгала. Туризм в народном хозяйстве. М.Прогресс, 1975г.
8. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. — М., 1996