УДК 338.484

Низамиев А.Г., Ибрагимова Р.С.
Ош мамлекеттик университети

АЗЫРКЫ ЭЛ АРАЛЫК ТУРИЗМДИН ӨНҮГҮҮ АБАЛЫ ЖАНА КӨЙГӨЙЛӨРҮ

Макалада азыркы эл аралык туризмдин өнүгүүсүнүн негизги тенденциялары талдауып, анын дүйнө аймактары боюнча сандык жана нарктык көрсөткүчтөрү келтирилет. Ошондой эле эл аралык туризмдин өнүгүү алдында турган көйгөйлөргө көңүл бурулга.

This article explores the main trends of modern international tourism, and given its guantitative and qualitative indicators of the regions of the world. Also, the problems of international tourism

Эл аралык туризм – дүйнөлүк экономиканын ургаалдуу өнүгүп жаткан тармагы. Ал сандык да, сапаттык да көрсөткүч боюнча динамикалык өсүүгө ээ болуп, азыркы мезгилде автомобиль куруу, соода, мунай жана химия өнөр жайы сыяктуу көрүнүктүү тармактарынын катарына кирди. Дүйнөдөгү туристтик каттамдардын сандык көрсөткүчтөрү кээ бир терс себептерге карабай (террористтик актылар, табигый кризистер, мунайга болгон баанын түшүүсү ж.б.), бардык дүйнө бөлүктөрүндө динамикалуу өнүгүүгө ээ болуп келе жатат. 2013-жылы эл аралык туризмден экспорттук кирешелер 1.4 триллион АКШ долларын түзгөн. Ал эми дүйнө жүзү боюнча туристтик борборлор жайгаштыруу, тамактануу, көңүл ачуу, шопинг ж.б. кызматтардан 1159 млрд доллар киреше алышкан. Кирешелердин өсүү темпи эл аралык туристтик каттамдардын өсүүсү менен дал келет – 5%. Башкача айтканда, сандык көрсөткүч 2012-жылы 1035 млн болсо, 2013-жылы 1087 млн барган [1]. Эске салсак, 1950-жылдан 1989-жылга чейин дүйнөнүн бардык өлкөлөрүндө чет элдик туристтердин агымы 25,3 млн дон 405,3 млн го өсүп, туризмден болгон валюталык чегерүүлөр бул мезгилде 2,1 млрд дан 209,2 млрд АКШ долларына жеткен.

Дүйнөлүк туризмдин мындай тез темпте өнүгүүсү, анын географиясынын туруктуу кеңейиши төмөнкүдөй узак мөөнөттүү себептер менен аныкталат:

- көпчүлүк өлкөлөр социалдык-экономикалык өнүгүүнүн жогорку деңгээлине жетти жана эмгек акылар, башка үй-бүлөлүк кирешелер тынымсыз өсүп жатат;
- дүйнө калкынын сан жагынан өсүүсү, анын ичинде шаар тургундарынын, пенсия жашындагылардын, жалгыз бой адамдардын үлүшү көбөйүп жатат;
- адамдардын маданий деңгээли, таанып-билүү ынтызарлыгы эс алуу, ден соолугуна кам көрүү жаатына өзгөрдү;
- адамдардын табигый ландшафттарга болгон кызыгуулары артып жатат.

Талдоо көрсөткөндөй, туристтик өнүгүү бардык дүйнө бөлүктөрүнө тандык.

Мында Африка континентине алдыңкы орун таандык (3% үлүшкө ээ). 2013-жылы туристтик пайда 34 млрд АКШ долларын түзгөн. Бул багытта мамлекеттик уюмдар жана жеке менчик секторлор тарабынан алгылыктуу иш жүргүзүлүп жаткан Кения, Марокко жана ТАР сыяктуу өлкөлөргө туристтердин негизги бөлүгү келип-кетишкен.

Азия-Тынч океан аймагы эң тез өнүгүүгө ээ болуп, бир катар жылдардан бери туристтик каттам боюнча жогорку көрсөткүчтү сактап келе жатат. 2006-жылы өсүү 7,6%ды түзгөн. Мында келген туристтердин эң көп саны Түштүк Азияда байкалып, мурунку жылга салыштырганда алардын саны 10%га өскөн. Аталган аймактын туристтик борборлору (туризмден түшкөн пайданын 31%ы таандык), жалпысынан, 359 млрд доллар киреше алышкан.

Европа аймагы дагы эле туристтик көрсөткүчтөрдүн стабилдүүлүгү менен айырмаланат. Ага эл аралык туризмден түшкөн кирешенин 42%ы таандык жана 2013-жылы 489 млрд долларга жеткен.

Жакынкы Чыгыш өлкөлөрүнө да 4% өсүш тиешелүү. Туризмдин жалпы кирешеси 47 млрд доллар менен бааланат. Саясий-социалдык жактан көп жылдык жаңжалдардын, эл аралык терроризм жана диний экстремизмдин очогу болгон аймак үчүн муну эң жакшы көрсөткүч катары кароого болот.

Түндүк жана Түштүк Америка өлкөлөрү (үлүшү 20%), жалпысынан, 229 млрд доллар пайда көрүшкөн. Бул, албетте, туристтик жактан зор потенциалга эгедер аймактар үчүн кубанарлык эмес. Дүйнөдөгү туристтик агымдардын багыттары төмөндөгүчө мүнөздөлөт: Европада – Улуу Британиядан Францияга, Германиядан Испанияга, Америкада – АКШ менен Канаданын ортосунда, Мексикадан АКШга, Азияда – Япония менен Таиланддын ортосунда. Дүйнө бөлүктөрү боюнча алганда Америка-Европа, Европа-Азия боюнча туристтик агымдар байкаларлык көрсөткүчкө ээ.

Салыштыруу үчүн айтсак, Азия-Тынч океан аймагында эң жогорку өсүү байкалган (+8%), андан кийин Америка дүйнө бөлүгүнө (+6%) жана Европага (+4%) таандык. Бул көрсөткүчтөр боюнча биринчи ондукка Таиланд (+23%), Гонконг (Кытай) жана Макао (Кытай) (экөө тең +18%), андан кийин Улуу Британия (+13%) жана АКШ (+11%) кетет.

Бирок акыркы жылдары Кытай, Орусия жана Бразилия туризмдин динамикалуу өнүгүүсүнө ээ болгон өлкөлөрдөн болууда. 2013-жылы мындай үч ири туристтик рынок жалпы туристтик кирешелерге 81 млрд доллар салым кошо алышкан.

Ошентип, дүйнөлүк туризм индустриясынын өсүү темпи акыркы жылдары алдын ала айтылган божомолдоолордон да ашып түштү. Анын дүйнө аймактарында, өлкөлөрүндө социалдык-экономикалык жактан өнүгүүгө, саясий жактан турукташууга, мамлекеттердин жана элдердин ортосундагы достук жана иштиктүү мамилелердин чыңдалышына кошкон салымы чечүүчү мүнөзгө ээ болууда. Айрыкча, өнүгүп келе жаткан өлкөлөрдө кошумча жумушчу орундарын түзүү аркылуу кедейчилик менен күрөшүүдө жардамы зор. Мындан ары да эл аралык туризм аймактык өнүгүү, тышкы рынокко чыгуу, экономиканын тармактык түзүмүн өркүндөтүү, тарыхый-маданий эстеликтерди коргоо, жаратылыш байлыктарын сарамжалдуу пайдалануу жана байытуу фактору катары өнүгө берет.

Ошону менен бирге эле дүйнөлүк туризм өзүнүн өнүгүү жолунда глобалдык жана аймактык масштабдагы терс таасирлерге дуушар болуп келет. Дүйнөлүк туризм чөйрөсүндө, негизинен, аймактык же мамлекеттик деңгээлде, бирок туруктуу мүнөзгө айланган же айланып бараткан төмөндөгүдөй көйгөйлүү маселелерди (проблемаларды) келтирүүгө болот:

- көпчүлүк мамлекеттердин социалдык-экономикалык жактан артта калуусу, ошого ылайык инфраструктуранын, биринчи кезекте, транспорттук жана байланыш торчолордун начар абалы же жоктугу, эл аралык туризм индустриясынын территориялык бирдей эмес өнүгүүсү жана жайгашуусу;
- ыңгайсыз табыгый шарттарга байланыштуу чоң аянттардын туризм тармагы үчүн жараксыздыгы (чөлдөр, татаал рельефтүү бийик тоолор, жунгли токойлору ж.б.);
- кээ бир аймактардагы жана өлкөлөрдөгү саясий абалдын курчтугу, саясий жана социалдык-экономикалык туруктуулуктун жоктугу (Жакынкы Чыгыштагы Израиль менен Палестинанын ортосундагы көп жылдык чыр-чатак, Афганистан, Ирак, Ливия, Сирия, Сомали, Судан ж.б.);
- айрым өлкөлөрдө экономикалык кызыкчылыктан да идеологиялык кызыкчылыктын үстөмдүк кылышы, андан улам чет элдик туристтерди кабыл алууга кызыкчылыктын жоктугу (Иран, Камбоджа, КЭДР ж.б.) ;
- эл аралык терроризм жана диний экстремизм, кылмыштуулуктун жогорку деңгээли (алсак, Сомали өлкөсү акыркы мезгилдерде дүйнөгө деңиз каракчылары менен таанымал болууда);
- медициналык-ветеринардык мүнөздөгү коркунучтардын болуп туруусу (куш тумоосу, атиптүү пневмония, чочко тумоосу ж.б.) жана айрым аймактарда (айрыкча, Африка континентинде) туруктуу инфекциялык оорулардын таркалышы;
- экологиялык маселелердин курчушу жана табигый-географиялык себептен чыгуучу коркунучтардын бат-бат кайталанышы (жер титирөөлөр, суу басуулар, жер

көчкүлөр, селдер, кургакчылык, токойлордун өрттөнүүсү ж.б.);

- маданий-тарыхый эстеликтерди коргоо маселелери;

- айрым өлкөлөрдөгү жергиликтүү калктардын чет элдиктерге болгон терс мамилелери (көз караштары).

Жогоруда келтирилген көйгөйлүү маселелерди чечүү бардык мамлекеттерден бир нуктагы иш-аракеттерин талап кылып, эл аралык деңгээлде саясий, социалдык-экономикалык, укуктук-уюштуруучулук иш-чараларды аткарууну шарттайт. Мында, албетте, эл аралык уюмдардын, биринчи кезекте БУУ, БТУ сыяктуу ири уюмдардын чечимдери, сунуштары, мамлекеттердин жеке демилгелери чоң мааниге ээ.

Акырында белгилөөчү жагдай, эл аралык туризмдин мындай ургаалдуу өнүгүү темпинен келечектүү туризм өлкөсү болгон Кыргызстан да артта калбаш керек. Ал үчүн өлкөдө жасалуучу чоң масштабдуу иш-чараларды талап кылат. Мында, албетте, туризмдин материалдык-техникалык базасын чыңдоо, тейлөө сервисин жакшыртуу, тиешелүү кадрларды даярдоо сыяктуу салттуу иш-чаралардан тышкары, туризм алкагындагы маркетингдик стратегияны иштеп чыгуу зарыл. Ал эми бул иштин өзөгүн мамлекеттик туристтик брендди аныктоо жана жайылтуу аракети турат. Кыргызстан дүйнөдөгү кызыктуу жана жагымдуу туристтик өлкө катары анын туристтик бренди катары бийик тоолуу табигаттын бермети болгон Ысык-Көл көлү, Баткендеги эндемик айгүл гүлү, Арстанбап жаңгак-жемиш токойлору, Сулайман-Тоо ыйык тоосу сунушталат [2]. Өлкөнүн мындай туристтик «күзгүсү» аны башка мамлекеттерден айырмалап, өзгөчөлүгүн даңазалап, потенциалдуу туристтерди рыноктун мыйзамы боюнча «көрүнбөгөн кол» менен тартып турушу керек.

Адабияттар:

1. http://media.unwto.org.

2. Низамиев А.Г., Низамиева З.А., Токтосунова М.Ж. Кыргызстандын туризми: тармактын өнүгүүсүнүн табигый өбөлгөлөрү, азыркы абалы Илим жана жаңы технологиялар, № 5. –Бишкек, 2011. 54 б.