

УДК 338.48

ЖЕРГИЛИКТҮҮ ЭКОНОМИКАЛЫК ӨНҮГҮҮ ЖАГДАЙЫНАН ЭЛ АРАЛЫК ТУРИЗМДИН РЕНТАБЕЛДҮҮЛҮГҮ

Турдумамбетов Бакыт Үсөнакунович, экономика илимдеринин кандидаты,
доценттин м.а., Кыргыз-Түрк «Манас» Университетинин «Саякат иши жана гид кызматы»
бөлүмүнүн башчысы <tbakyt@yahoo.com>

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА С ПОЗИЦИИ МЕСТНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Турдумамбетов Бакыт Усонакунович – кандидат экономических наук,
и.о.доцента, заведующий отделением «Туристический бизнес и служба гидов»
Кыргызско-Турецкого университета «Манас»

PROFITABILITY OF INTERNATIONAL TOURISM FROM THE POSITION OF LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT

Asst. Prof., PhD in Economics **Turdumambetov Bakyt**,
Head of Department of Travel Business and Tourism Guidance, Kyrgyz Turkish Manas University

Abstract

In article some stereotypic views meeting in the scientific literature on the international tourism and its influence on economy of destination are analyzed. It is as a result revealed that some of these views, for example high profitability of international tourism aren't proved from the scientific and economic aspects. The primary method of data collection was review of existing literature.

Keywords: international tourism, export of the tourist goods and services, profitability.

Аннотация

В статье проанализированы встречающиеся в научной литературе некоторые стереотипные взгляды на международный туризм и его влияние на экономику дестинации. В результате выявлено, что некоторые из этих взглядов, в частности, высокая рентабельность международного туризма не обоснованы с научно-экономической точки зрения. Основным методом сбора данных является литературный обзор.

Ключевые слова: международный туризм, экспорт туристических товаров и услуг, рентабельность.

Аннотация

Макалада эл аралык туризм жана анын дестинациянын экономикасына тийгизген таасирлери тууралуу илимий адабиятта кездешүүчү айрым стереотиптик көз караштар серепке алынган. Натыйжада алардын айрымдары негиздүү, ал эми эл аралык туризмдин жогору рентабелдүүлүгү болсо илимий-экономикалык жактан негизсиз экендиги аныкталган. Маалымат чогултуунун негизги ыкмасы катары адабияттарды карап чыгуу колдонулган.

Негизги сөздөр: эл аралык туризм, туристтик товарлардын жана кызматтардын экспорту, рентабелдүүлүк.

Киришүү

Өлкөлөрдүн тышкы сооданы өнүктүрүүдөгү мотивдери кандай болсо, алардын бардыгынын эл аралык туризмди өнүктүрүүгө болгон кызыгуусу да ошондой эле себептер менен түшүндүрүлөт. Чек араларды кесип өтүп жатышкан туристтердин кыймылы, товарлардын агымы сыяктуу эле чет элдик валюта төлөмдөрүнүн болушу менен мүнөздөлөт

[4]. Ошондуктан чарбалык өнүгүүсүнүн төмөнкү деңгээлинин же жаратылыш ресурстарынын жоктугунун натыйжасында товарларды жана кызматтарды импорттоого мажбур болгон ар бир эле өлкө өзүнүн традициялык экспортуна кошумча болуучу туристтик кызматтардын экспортун өнүктүрүүгө аракеттенет. Эң алды мындай принциптерди экономикасы начар өнүккөн өлкөлөр тутунушат [6, 7].

Ошондуктан туризмди изилдөөчүлөрдүн көбү чет элдик туристтерди кабыл алуунун өзгөчө рентабелдүүлүгүн жана традициялык экспорттон көрө чарбанын эл аралык туризмди өнүктүрүү багытында адистешүүсү көбүрөөк пайдалуу экендигин баса белгилешет [1, 3, 8, 11].

Айрыкча мындай рекомендациялар экспорттук адистешүүдөгү тандоо алдында турган, жана да өндүрүштүн рентабелдүүлүгү аз традициялык тармактарын жаңы экспорттук продукцияларды (кызматтарды) чыгаруу үчүн кайра уюштуруу зарылчылыгынын алдында турган мамлекеттерге тиешелүү. Башкача айтканда, чет элдик төлөм каражаттарынын келүүсүн көбөйтүүчү жана анын аркасында өлкөнүн экономикалык өсүшүнүн каржылануусун камсыз кылуучу тармактарды өнүктүрүү жөнүндө сөз болууда.

Ушуга байланыштуу көптөгөн адистер чет элдик туризмдин рентабелдүүлүгүн далилдөөчү аргументтерди келтиришет жана чет элдик туризмди өнүктүрүү төлөм балансынын структурасын жакшыртуунун, башка өлкөлөр менен экономикалык карым-катнаштын көлөмүн көбөйтүүнүн жана өнөр-жайы өнүкпөгөн райондорду активдештирүүнүн эң жакшы жолу болуп бараткандыгын ырасташат [5, 10, 11, 12]. Ошондуктан экспорттук туристтик чарбанын салыштырмалуу бийик рентабелдүүлүгүн далилдөөчү аргументтерди талдап көрүү максатка ылайыктуу.

Туристтик экспорт өзгөчө рентабелдүүбү?

Туристтик адистешүүнүн өндүрүштүн тез өнүгүшүнө тийгизген таасири азырынча фундаменталдык жактан терең изилдене элек. Туризмди изилдөөчүлөр мындай суроону коюшат: инвестициялык каражаттары тартыш жана экономикалык жактан артта калган өлкөлөрдөгү капиталдык салымдарды жана квалификацияланган эмгекти артыкчылык катары экспорттук туристтик секторду өнүктүрүү үчүн жумшоо жана анын натыйжасында өнөр жай менен айыл-чарбасын инвестициялардын бир бөлүгүнөн кур калтыруу саясаты негизделгенби, максатка ылайыктуубу? Адатта адистердин көбү бул суроого оң жооп беришет. Алардын экспорттук туристтик секторду интенсивдүү өнүктүрүү үчүн келтирген аргументтери инвестицияларды каржылоо жагынан да, валюталык натыйжага жетүү жагынан да ар түрдүү.

Жогорудагы суроого оң жооптун башкы себептери төмөндөгүдөй:

1. Экспорттук туристтик секторду курууга багыт алуу өлкөнүн табигый баалуулуктарын, башкача айтканда улуттук байлыктын маанилүү бир бөлүгүн өздөштүрүүгө мүмкүнчүлүк түзөт. Бул баалуулуктарды пайдалануу жаратылыш ресурстарынан салыштырмалуу артык киреше алууга жардам берет. Артта калган өлкөлөрдө туризмдин өнүгүшү эң көп «идеалдык туристтик жыргалчылыктарды» пайдаланууга алып келет. Айрым адистер бул жыргалчылыктарды системалуу түрдө эл аралык деңгээлде алмаштырууну чоң нефти запастарынын ачылышы менен салыштырышат. Экспорттук секторду өнүктүрүү буга чейин эл аралык экономикалык мамилелерде активдүү катышпаган өлкөлөрдүн эл аралык алмашууга катышуусуна себеп болот.

2. Туризмди изилдөөчүлөрдүн ою боюнча, туристтик товарларды жана кызматтарды өндүрүү экономикалык өнүгүү жолуна жаңыдан түшө баштаган өлкөлөр үчүн зарыл. Мындай өлкөлөр арзан жумушчу күчүнө ээ, азык-түлүктөргө болгон баалары салыштырмалуу төмөн, жана да көпчүлүк туристтик товарлар менен кызматтарды жеринде, минималдуу импорттук муктаждыктар шартында, өндүрө алышат. Мындай абал бул өлкөлөр үчүн эл аралык туристтик рыноктогу конкуренцияны жеңилдетет. Мисал катары Греция, Турция, Испания, Ливан, Египет, Словения ж.б.у.с. өлкөлөр келтирилет [8].

Эл аралык туристтик адистешүү эки тарапка тең (же бардык тараптарга тең) пайда келтирүү принциптеринин шартында жүргүзүлүшү керек. Белгилей кетүүчү жагдай, адистешүүнүн пайдалары салыштырмалуу туруктуу мүнөзгө ээ жана туристтик монопродукцияны же туристтик монокультураны өнүктүрүүгө багыт алууга алып келет.

3. Экспорттук туристтик сектордун кеңейиши учурдагы экспорттун учурдагы инвестицияларга болгон катышынын максималдашуусуна алып келет. Артта калган өлкөлөр үчүн валюталык каражаттардын келүүсүнүн аздыгы, жетишсиздиги мүнөздүү. Туризмди (туристтердин келүүсүн) активдештирүү валютадагы нетто¹ пайдага жетишүүгө мүмкүнчүлүк берет. Күндөлүк төлөм балансынын жагдайынан карай турган болсок бул абдан эле пайдалуу. Чет өлкөлүк туристтердин чыгымдарынын натыйжасында туристтик сектор чарбалык ишмердүүлүктүн башка бардык тармактарына салыштырмалуу валютаны тезирээк алып келет.

Бул өлкөлөрдүн инвестициялык жабдыктарды жана керектөө товарларын импорттоо муктаждыгын эске ала турган болсок, тездик фактору абдан эле маанилүү. Жогоруда айтылгандай чет элдик туризм валютадагы нетто продуктуга ээ болууга мүмкүнчүлүк түзөт жана ошол эле учурда туристтик экспорт традициялык экспортко салыштырмалуу минималдуу импортту талап кылат. Чет элдик туризм негизинен ата-мекендик товарлардын түз керектөөчүсү катары импорттук товарлар үчүн салыштырмалуу анча чоң эмес суроо-талап жаратат. Анын натыйжасында жана туристтик экспорттун бийик рентабелдүүлүгүнүн себебинен бир кыйла валюталык акча неттосу пайда болот.

Туристтик экспорттук секторго жана традициялык экспорттук секторго чегерилүүчү бирдей инвестициялык квоталар шартында тездик фактору, жана да валюталык акча түшүүнүн көлөмү экспорттук туристтик чарбага артыкчылык берилүүсүн негиздей алат. Ушул сыяктуу негиздемелерге таянуу менен, экономикасы начар өнүккөн өлкөлөрдө чет өлкөлүк төлөм каражаттарынын тез келүүсүн камсыз кылуучу метод катары чет элдик туризмди (чет элдик туристтердин келишин) активдештирүүнүн зарылдыгы түшүндүрүлөт [2, 6, 10].

Төлөө формаларынын себебинен туристтик айланым, традициялык экспорт сыяктуу болуп, узак убакытка берилүүчү кредиттерди талап кылбайт. Бирок, мындай тыянак чыгарууда сезондуулук эске алынган эмес. Ал эми сезондуулук туристтик товарларды (кызматтарды эмес) күн мурун өндүрүп коюуну талап кылат, демек алардын өндүрүлүшү жана сакталышы үчүн узак убакытка берилүүчү кредиттер керек болушу мүмкүн.

Ушул сыяктуу ой жүгүртүүлөр, жетиштүү негиздер жок туруп, туристтик экспорттун өзгөчө рентабелдүүлүгү жөнүндө тыянак чыгаруу болбостугун көрсөтүүдө. Туристтик жыргалчылыктарды сунуштоолорго сереп салуу сезон арасындагы мезгилде ата-мекендик туристтерге кызмат көрсөтпөсө жоготууларга дуушар боло турган көптөгөн туристтик тармактардын бар экендигин аныктаган [4].

Ал эми «туристтик экспорт учурунда традициялык экспорт аркылуу сатууга мүмкүн болбогон товарлар менен кызматтар реализацияланат (сатылат)» деген ырастоо туура. Бирок, туристтик экспортто кандайдыр бир натыйжага жетүү өзүнө тартуучу (өзгөчө кызыктуу) туристтик объектилердин жана толук ишендирерлик рекламанын бар болуу учурунда гана мүмкүн [9].

Жалпысынан туристтик экспорттун традициялык экспортко салыштырмалуу бийик рентабелдүүлүгү эл аралык рыноктордо сатылышы кыйынчылык туудурган айыл-чарба продукцияларынын айрым түрлөрүнө жана ошондой эле өндүрүшү сырьёнун жана инвестициялык каражаттардын бир кыйла импорттун талап кылуучу, экспорттук конкуренттүүлүгү чоң болбогон айрым өнөр-жай товарларына караштуу гана туура.

¹ Нетто (итал. netto – таза) – белгилүү жеңилдиктерди эсептен чыгарып салгандан кийинки товардын баасы (таза баа); товардын таңгаксыз массасы (таза салмагы); кирешеден жоготууларды, чыгымдарды, чегерүүлөрдү ж.б. алып таштагандан кийинки өлчөмү. Каршысы – брутто.

Туристтик экспорттун натыйжалуулугу экспорттоого мүмкүн болбой турган кызматтардын сатылышы менен да билинет. Бул, бирок, кымбатка турган инфраструктураны жана бир кыйла эмгек каражаттарын талап кылат [7] .

Айрым изилдөөчүлөр, ишендирерлик далилдери жок туруп эле, туристтик чарба жүргүзүүдө капиталдык салымдар фактору чечүүчү ролду ойнобойт деп ырасташат. Бул ой туризмди изилдөөчү польшалык айрым авторлорго жана ошондой эле батыш өлкөлөрүнүн улуу муундагы эксперттерине мүнөздүү [4]. Алар, мисалы, туризм бир экономикалык цикл ичинде башка өнөр-жай тармактарына салыштырмалуу азыраак капиталдык салымдарды талап кыларын ырасташкан.

Башка изилдөөчүлөр болсо капиталдык салымдар фактору туристтик чарба жүргүзүүдө өзгөчө маанилүү экендигин белгилешет [2, 12]. Бул жагдай, алардын ою боюнча, импорттун жардамысыз туристтик товарларды алуу менен компенсацияланат. Жана да туристтик сектордун ийгиликтүү өнүгүшү башка бири-бирин өз ара толуктап туруучу тармактардан азыраак көз каранды деп белгилешет. Кайра иштетүү өнөр-жайынын өнүгүүсү жалпысынан баштапкы сырьёну белендөөчү негизги өндүрүштүн жакын тармактарынын, жана да полуфабрикаттарды кайра иштетүүчү тармактардын дагы да тереңирээк өнүгүшүн талап кылат.

Туристтик чарба биринчи кезекте кызмат көрсөтүүлөргө, айрыкча жекече (индивидуалдык) кызматтык тейлөөлөргө негизделген. Бул жагдай туризмдин тармактарды комплекстүү колдонуунун анча чоң эмес муктаждыгын аныктап турат. Эгерде транспорттук каражаттар менен жолдорду четке каксак, анда негизги туристтик инвестициялар жайгаштыруу (мейманкана) чарбасына багытталат. Бул жагдай экспорттук туристтик чарбанын кеңейишине дагы жагымдуу шарттарды түзөт.

Мурда белгиленгендей туризм чектелген экспорту экономикалык өнүгүүсүн кармап жаткан өлкөлөр үчүн өнүгүүнүн маанилүү фактору боло алат. Чет элдик туризмди өнүгүүнү тездетүүчү, төлөм балансын активдештирүүчү, өлкөнүн валюталык резервдерин көбөйтүүчү жана структурасын жакшыртуучу маанилүү бир рычаг катары кароого болот.

Чет элдик туризм «көзгө көрүнбөөчү» кошумча жыргалчылыктарды пайдалануу жолу менен тышкы сооданы күчтөндүрө алат. Туристтик экспорттун мындай (убактылуу же туруктуу) өзгөчөлүктөрүн колдонуу чоң чарбалык мааниге ээ болушу мүмкүн [1, 2, 6, 7] .

Көбүнчө экономикалык оор абал, өлкөнүн валюталык балансын жакшыртуу максатында же валюталык муктаждыктардын негизинде, туристтик чарбага артыкчылык берилүүсүнө аргасыз кылат. Бирок оор абалдан тез чыгуу үчүн көрүлгөн иш-чаралардын пайдасы, узак мезгилдер бою түшүүчү пайдаларга салыштырмалуу, азыркы экономикада туристтик экспорттук чарбанын маанисин ашкере баалоого алып келүүдө.

Учурда Болгария, Словения, Хорватия ж.б.у.с. айрым мурунку социалисттик өлкөлөр чет элдик туризмди чет элдик валюталык каражаттарды активдештирүүчү метод катары пайдаланышууда. Валюталык муктаждыктардын интенсивдүүлүгү жана масштабы айрым учурларда туристтик кызматтардын демпинг² шартында да көрсөтүлүшүнө алып келүүдө. Бирок бул өлкөлөр туристтик экспортту экспортту өнүктүрүүдөгү эң маанилүү бөлүм катары карашпайт. Жада калса Швейцария дагы туризмге мындай көз карашта карабайт. Демек, туристтик экспортту эң эле динамикалуу экспорттук тармак катары караган жалпы түшүнүк туура эмес. Көпчүлүк учурда, туристтик экспорт, ашып кетсе өлкөнүн экспорттук мүмкүнчүлүктөрүн толуктап гана бере алат.

Эл аралык туристтик адистешүүнүн пайдаларын иллюстрациялоо үчүн адабиятта Испанияны туризмди туура колдонгон өлкө катары мисал келтиришет [1, 3, 8]. Бул өлкөдө туризмди экспорттук өндүрүштүн жардамчы тармагы катары карашат.

² Демпинг (англ. dumping – ыргытып түшүрүү) – товарларды (кызматтарды) ички жана тышкы рыноктордо жасалма арзан баалар менен сатуу. Мындай баалар орточо чекене баалардан да, ал эми айрым учурда товардын (кызматтын) өздүк наркынан да төмөн болушу мүмкүн.

Туристтик объект катары өзгөчө кызыктуулугун эске алуу менен бирге, Испаниянын экинчи дүйнөлүк согушка чейинки убакта эле абдан өнүккөн туристтик чарбага ээ болгондугун унутпашыбыз керек. Экинчи дүйнөлүк согуштан кийин эле Испаниянын азык-түлүккө негизделген экспорту оор кыйынчылыктарга дуушар болгон. Ошол учурда туризмдин активдешүүсү традициялык экспорт үчүн жагымдуу шарттарды түзүүчү фактор боло алган. Буга кошумча белгилей кетүүчү жагдай, Испания туризмден түшкөн пайдаларды башка тармактарга инвестициялай баштаган.

Швейцария адатта классикалык туристтик өлкө катары саналат. Бирок Швейцариянын жогорку деңгээлде өнүгүшү туризмге негизделген эмес, жана да анын калкы негизинен туризм тармагында иштебейт. Белгилүү болгондой азыркы учурда Швейцария - өнүккөн индустриалдык өлкө, анын улуттук кирешесиндеги туризмдин үлүшү өтө деле чоң эмес (10 % ашпайт) [9].

Бул өлкөнүн туристтик адистешүүсү өткөн мезгилдерге тиешелүү. Азыркы учурда Швейцария туристтердин массалык түрдө келүүсүнө бөгөт коюуда, жана да өзүнүн жарандарынын чет өлкөлөргө саякатка чыгуусуна көбүрөөк демилге берүүдө.

Корутунду

Жада калса эң эле массалык туризм дагы өз алдынча инфраструктуранын рентабелдүүлүгүн камсыз кыла албайт. Рентабелдүүлүк чарбанын туристтик эмес тармактарынын тиешелүү деңгээлде өнүгүү шартында гана келет. Туризм болсо бүткүл чарбалык инфраструктуранын өнүгүшүнүн натыйжасында келип чыккан пайдаларды колдонот. Бул пайдалар туристтик индустрия үчүн «бекер» катары каралгандыктан туризм бардык өлкөлөрдө өзүнүн рентабелдүүлүгүн камсыз кыла алат. Эгерде инфраструктуранын кенедей эле бөлүгүнүн наркын туристтик сектордун чыгымдарына киргизе турган болсок, анда туризмдин рентабелдүү эместиги келип чыгат.

Ошондуктан экономикалык жактан начар өнүккөн өлкөлөрдүн көбү массалык туризмдин мекени боло алышпайт. Мындай өлкөлөрдүн катарына, эң биринчи, жетиштүү сандагы «идеалдык туристтик жыргалчылыктарга» ээ болбогон, калкынын саны аз жана да жада калса өзгөчө бийик туристтик кызыктыруучулукка ээ, бирок индустриалдык өлкөлөрдөн өтө эле алыс жайгашкан мамлекеттер кирет.

Колдонулган адабияттар

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм. Учебник. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
2. Анзорова, С.П., Федорчукова, С.Г. Комплексная оценка эффективности туристского потенциала региона // Экономика и социум. – 2016. - № 9 (28). www.iurp.ru
3. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 с.
4. Ердавлетов, С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. Алматы, 2000.
5. Илькевич, С.В., Стремберг, П. Редевелопмент промышленных территорий как новых туристских аттракций в России: факторы конкурентоспособности проектов // ТУРИЗМ / TOURISM. – 2017. - №4 (11). – С. 4-13.
6. Инициатива Всемирной организации по туризму при ООН (UNWTO) по устойчивому туризму и искоренению бедности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://step.unwto.org/en> (дата обращения: 20.06.2018).
7. Мамедов, О. Экономический потенциал современного туризма // Управление экономическими системами. 2011. № 9 (33).
8. Петрасов, И. Тенденции развития международного туризма в 1990-е годы.
9. Турдумамбетов, Б.У. Проблемы и перспективы развития туризма в горных условиях Кыргызской Республики (монография). Бишкек, ОсОО «Алтын-Тамга», 2005 г.

10. Хетагурова, В.Ш. Открываем Центральную Азию: перспективы развития туризма по тропам Великого Шёлкового пути // Сервис в России и за рубежом. – 2017. - Т.11, № 6 (76). – С. 15-31. DOI: 10.22412/1995-042X-11-6-2

11. Чхыат, Кхунлип. Международный туризм в условиях современного рынка: особенности и тенденции развития (на примере королевства Камбоджа). Автореферат диссертации. – Ростов-на-Дону, 2007.

12. Nordbo, I. Living with tourism. The case of small-scale rural tourism businesses in Norway and Chile. 2009.