

Д.С. АСАН

Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: asan.dosmahanbet@iuth.edu.kz

ТУРИЗМ ЭКОНОМИКАСЫН ДАМУДЫ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Аңдатпа. Туризм экономикасы саяхатшылардың қажеттіліктері мен тілектерін қанағаттандыруға арналған туристік өнімдер мен қызметтерді өндіру, бөлу және тұтыну процесінде туындайтын экономикалық қатынастарды зерттейтін және талдайтын ғылым.

Қазіргі ғылыми зерттеулерде туризмді адамдардың материалдық және материалдық емес қажеттіліктерін қамтамасыз ететін күрделі әлеуметтік-экономикалық жүйе ретінде толыққанды және ұтымды демалыс арқылы қызмет көрсету қарастырады. Зерттеу мақсаты: Аймақтардағы туристік ұйымдардың даму әлеуетін іске асыру үшін қаржылық әлеуетін жетілдіру бойынша теориялық-әдістемелік ережелерді әзірлеу. Туризм негізі әлемнің көптеген елінің бюджетін толықтыратын экономика саласы болып табылады. Әзірленген тәсілдер мақалада баяндалған туристік кешенді қалыптастыру және дамыту, оның әлеуметтік-экономикалық маңыздылығын бағалау үшін оны әзірлеу мен іске асыруда практикалық ұсыныстар ретінде пайдалануға болады. Мақалада туризм экономикасын дамытудың қаржылық көрсеткіштерінің кейбір мәселелері қарастырылады.

Кілт сөздер: туризм экономикасы, ЖІӨ, баға беру, микроэкономика, мезоэкономика, макроэкономика, мезоэкономика.

Кіріспе

Туризм – бұл халық шаруашылығының бір саласы, күрделі салааралық кешен. Мұнда туристік өнім экономикалық қызмет түрі ретінде қалыптасады және сатылады. Мысалы, адамдардың мүдделеріне, олардың өмір сүру салтына, өмір сүру салтына, хобби түрі. Туризм сонымен қатар, жүздеген миллион адамдарды жұмыспен қамтамасыз ететін ауқымды әлеуметтік қызмет болып табылады [1, 85 б]. Бұл саяхат пен экскурсияның таңғажайып дамыған жүйесі, бұл антропоэкологиялық парадигма негізінде жеке тұлғаның физикалық және рухани әлеуетін қалпына келтіруге бағытталған демалыс түрі. Туризм басқалармен қатар «халық дипломатиясының» ықпалды құралы болады және коммуникативті мәдениетті қалыптастыру мен дамытудың маңызды факторы болып қалыптасады.

Зерттеудің әдіснамалық және теориялық негізі экономикалық жүйенің құрамдас бөлігі ретінде туризмді дамыту саласындағы жетекші отандық және шетелдік ғалымдардың

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Асан Д. С. Туризм экономикасын дамытуды жетілдіру жолдары // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. –No1(1). –Б. 17–30. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-1.02>

***Cite us correctly:** Assan D. S. Turizm ekonomikasyn damytudy zhetildiru zholdary [Ways to improve the development of the tourism economy] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. –No1(1). –Б. 17–30. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2023-1.02>

еңбектері болып табылады. Зерттеуде пәндік-логикалық және құрылымдық- функционалдық талдау, сараптамалық бағалау принциптері мен әдістері, бастапқы материалдар мен нәтижелерді статистикалық өңдеу, туристік ұйымдарды дамыту үшін туристік ресурстарды пайдалану тиімділігін бағалаудың әдістемелік тәсілдері қолданылды [2, 9 б]

Туризм – қоғам өмірінің көп қырлы құбылысы, оны біржақты анықтау мүмкін емес. Өзінің табиғаты бойынша туризм көпсалалы, көп факторлы құбылыс. Біз оны инфрақұрылым, қонақжайлылық, қозғалыс еркіндігі, асхана сапасынан бастап қоршаған ортаның сапасына, білім беру, көлік, коммуналдық қызметтерге дейін талап етілетін туристік өнімдердің сапасы сияқты нәрселерді байланыстыратын тізбек деп қарастыруға болады.

Туристік экономиканың жоғарыда аталған мәселелері көп жағдайда туристік ресурстарды бөлу, тұрақты туристік экономиканы қолдау, оны дамыту немесе ұлғайту, сондай-ақ, туристік кірісті бөлуді қамтитын туристік нарық механизмдерін қолдану арқылы шешіледі.

Туризм экономикасының негізін туризм саласындағы қажеттіліктері мен тілектерін қанағаттандыратын адамдар құрайды. Сондықтан, туристік экономиканың болуы ұзақ мерзімді перспективада бірдей қажеттіліктер мен тілектерге ие адамдар санының көп болуына байланысты болады - туристік саяхат.

Туристік ұйымдар дамығанда туризм мен аймақ экономикасы арасындағы байланыс күшейе түседі. Өңір туризмнің тиімді жұмыс істеуі мен дамуы үшін ресурстық негіз ретінде әрекет етеді, ал мультипликативті әсері бар туризм экономикалық жағдайдың алғышарттарын жасай алады [3, 17 б]

Аймақтардағы туристік саланың тұрақты дамуын қамтамасыз етудің қалыптасқан тәсілдері туризмді біртұтас үлкен ашық жүйе ретінде қарастырмайды, бұл туризмді дамыту проблемаларының барлық кешенін шешуге мүмкіндік беріп қана қоймайды, сонымен қатар туризмнің өзі де, тұтастай алғанда аймақ дамуының тұрақсыздығына әкелетін жағымсыз тенденцияларды тудыруы мүмкін.

Әр түрлі ресурстарды пайдаланатын аймақтық экономиканың ең серпінді секторы - бұл Қазақстанның экономикалық белсенділігіне әсер ететін, қосымша жұмыс орындарын, жұмыспен қамтудың өсуін және халықтың әл-ауқатының артуын қамтамасыз ететін туристік сектор. Сонымен бірге, Қазақстан аймақтарының әлеуметтік-экономикалық дамуын ынталандырудың нақты мүмкіндігін ескере отырып, туристік әлеуеттегі сұранысқа жеткіліксіз әлеуметтік-экономикалық факторларды, соның ішінде дипломдық жұмыс тақырыбын анықтаған институционалды қамтамасыз етуді талдауды қажет етеді.

Қазіргі жағдайда Қазақстанның әртүрлі өңірлерінің қаржы-экономикасы аясында туризм барған сайын маңызды рөл атқарады. Дегенмен, барлық аймақтар өз аумағында туризмнің ұзақ мерзімді тұрақты дамуын қамтамасыз ете алмайды. Аймақтардағы туристік ұйымдардың қаржы әлеуетін дамытудағы мәселелердің негізгі себептерінің бірі - бұл аймақтық туризмді басқару жүйесінің жетілмегендігі [4, 11 б]

Материалдар мен әдістер.

Мақалада статистикалық мәліметтермен қоса кітап және мақалалардағы ақпараттар негізге алынған. Зерттеу әдісі ретінде салыстырмалы талдау, диаграммалар арқылы мәліметтерді жүйелеу және талдау әдісі негізге алынған.

Нәтижелер мен Талқылау

Туризм – өзара байланыстар мен өзара тәуелділіктердің күрделі жиынтығымен сипатталатын және әртүрлі құрамдас бөліктердің үлкен санын қамтитын күрделі көп қырлы әлеуметтік-экономикалық жүйе. Осыған байланысты туристік экономиканы көп деңгейлі жүйе ретінде қарастырып, экономикалық процестерді мегадеңгейде (әлемдік экономика), макродеңгейде (ұлттық экономика), мезодеңгейде (туристік бағыттардың аймақтық экономикасы) және микродеңгейлі (туристік сала кәсіпорындары) зерттеу керек. Туризмнің экономикалық көрсеткіштерінің тиімділігі елдегі туризмнің әлеуметтік- экономикалық кешеннің басқа салаларымен қатар және байланыста дамуын болжайды. Туризмнің ел экономикасына оң ықпалы туризм жан-жақты дамыған жағдайда ғана болатынын, яғни ел экономикасын сервистік экономикаға айналдырмайтынын және басқа салалардың дамуына зиянын тигізбегенін айта кеткен жөн. Мемлекеттегі аймақтық экономикалық саясатты жаңғырту үрдісі жергілікті аумақтардағы нарықтардың жаңа рөлі мен маңыздылығын анықтайды, бұл оларды әдіснамалық, теориялық және практикалық аспектілерде зерттеу мәселелерінің өзекті болуына әкеледі. Мұндай нарықтарға туристік ұйымдарда жатады, оның туристік ұйымдардағы қаржылық әлеуеті мен ондағы экономикалық жағдайлармен анықталады [5, 21 б]

Туризмнің экономикалық әсері күшті әлеуметтік-мәдени әсермен бірге жүреді. Туризм демалудың, сауықтырудың, адамдар арасындағы өзара түсіністіктің, тұлға дамуының тарихи-мәдени құндылықтарына қол жеткізудің, саяси тұрақтылық пен әлеуметтік тепе-теңдіктің әлеуметтік факторы болып табылады. Қазіргі заманғы туризм әлеуметтік саланы дамытуға, халықты жұмыспен қамтуға жәрдемдесуге, мәдени әлеуетті сақтауға және дамытуға, бос уақытты ұтымды пайдалануға және ұрпақты болу әлеуетін қалпына келтіруге белсенді әсер етеді. Облыс аумағы тұрмыстық және туристік бизнес үшін тартымды бола түсуде [6, 15 б]

Туризм саласындағы экономикалық қызмет туризм субъектілері – келушілер тұтынатын тауарлар мен қызметтерге сәйкес қарастырылады. Туризмдегі экономикалық белсенділік туристік индустрияның мәнін құрайтын жиынтық қызмет ретінде анықталады. Туризмнің әлеуметтік-экономикалық әсерін бағалау үшін туристік қызметтің тұтынушылары мен өндірушілері туралы ақпараттың үлкен көлемі болуы қажет. Туристік сұранысқа әсер ететін факторлар және осы әсердің сипаты туралы, сондай-ақ, туризм саласындағы қалыптасқан үрдістер туралы ескерген жөн [7, 35 б]

Бұл ретте туризмге тән ерекшеліктерді ескеру қажет:

- сату-сатып алудың негізгі субъектісі – кешенді сипаттағы туристік қызмет;
- туристік қызметке сұраныстың ерекшелігі, біріншіден, материалдық мүмкіндіктері, жасы, мақсаттары мен мотивтері бойынша ерекшеленетін тұтынушылардың алуан түрлілігімен сипатталады; екіншіден, жоғары икемділік және үшіншіден, ұсыныстан уақыт пен орын бойынша алыстығы;
- туристік қызметтерді ұсыну да бірқатар сипаттамалармен ерекшеленеді: туризмдегі тауарлар мен қызметтер екі жақты сипатта болады (табиғи ресурстар мен адам жасаған ресурстар); саланың жоғары капитал сыйымдылығы және соның салдарынан өндірістің икемсіздігі және ұсыныстың жоғары икемсіздігі;
- сатып алушы мен сатушыдан басқа туристік нарық механизмі сұраныс пен ұсыныс арасындағы байланысты қамтамасыз ететін делдалдық байланыстардың едәуір санын

қамтиды.

Ішкі туризмнің экономикалық даму дәрежесі қазіргі уақытта елдің жалпы ішкі өніміндегі (ЖІӨ) үлесімен және оның бюджет кірістеріндегі үлесімен бағаланады. Дегенмен, туризм - бұл экономикалық пайда мен әлеуметтік рөл бірін-бірі толықтыратын нақты сала, яғни. туризм өзінің маңызды әлеуметтік рөлін ойдағыдай атқара отырып, жоғары табысты болуы керек.

1-кесте – Туризмді дамытудың негізгі факторларына шолу

Факторлар категориясының атауы	Сипаттама
Ынталандыру	Белгілі бір жағдайларда саяхат мақсатын таңдауға әсер ететін факторлар
Аумақтық	Аймақтардың немесе елдердің географиялық орналасуының ерекшеліктері, олардың басқа аумақтармен байланыс мүмкіндігі
Саяси	Саяси тұрақтылық
Ғылыми-техникалық	Аймақтың немесе елдің ғылыми-техникалық потенциалының жағдайы мен даму болашағы
Әлеуметтік-демографиялық	Популяцияның құрылымы мен ерекшеліктерін анықтайтын факторлар
Экологиялық	Адамның тұруы мен демалысы үшін қолайлы қоршаған ортаны сақтау мүмкіндігі
Экономикалық	Экономикалық даму тенденциялары
<i>Ескерту: Автор құрастырған</i>	

Қазақстандағы туризм – капиталы мен еңбек сыйымдылығы жоғары экономикалық қызмет түрі. Өздеріңіз білетіндей, ол кіріс әкелетін қызмет салаларына жатады, олар инвестицияланған капиталмен салыстырғанда жоғары өнімді жұмыспен қамтуды көрсете алады. Бұл, ең алдымен, туристік қызметтің кіріс әкелетін сипатына байланысты болуы керек, оның тән түрі қонақжайлылық, адамдарға автоматтандыру және, әдетте, заманауи технологияларды алмастыра алмайтын жеке қызметтерді ұсыну. Сөзсіз, туризм жұмыс күшінің мамандандырылған жұмыспен қамтылуы тұрғысынан технологиялық дамудан өте аз зардап шеккен кіріс әкелетін қызмет секторларының бірі болып табылады. Жеке немесе байланыс қызметтерінде автоматтандыру әдістерін енгізу әрекеттері жасалған жерде ұсынылатын туристік қызметтердің сапасы жалпы нашарлағанын атап өткен жөн.

Кіру туризміне қызмет көрсетуден түсетін қаражат көлемі бойынша Дүниежүзілік туристік ұйым жыл сайын жетекші он елдің танымалдық дәрежесін құрайды.

2-кесте – 2020-2021 жж. туризмнен түсетін кірістер (әлемдік туристік түсімдер) бойынша жетекші елдер

№	Мемлекеттер	Туризмнен түскен пайдамлрд. долл.	Халықаралық деңгейдегі үлесі (%)
1	2	3	4
1.	Испания	222,98	13,9
2.	Франция	113,7	7,1
3.	Германия	108,9	6,8
4.	Япония	91,3	5,7

1	2	3	4
5.	США	68,8	4,3
6.	Великобритания	64,0	4,0
7.	Австралия	60,8	3,8
8.	Италия	38,4	2,4
9.	Канада	33,8	2,1
10.	Швейцария	33,6	2,1

Ескерту: ҚР ұлттық статистика мәліметі негізінде құрастырған

Есептеулер 2020-2021 жылдары қоғамдағы еңбекке қабілетті тұрғындардың жалпы санының 8,6%-ын қабылдаған келу туризмінде жұмыс істейтіндер саны анықталған. Америка Құрама Штаттарында туризм индустриясы 16 миллионнан астам жұмыс орнын қамтамасыз етеді, статистикалық мәліметтер бойынша бұл елдегі жалпы жұмыспен қамтылғандардың 13% құрайды [8, 13 б]

3-кесте – Қазақстан Республикасындағы туризм секторларының 2020-2021 жылдарға арналған даму динамикасы

№	Көрсеткіштер	2020ж.	2021ж.	Ауытқу (%)
1.	Туристік ұйымдардың саны	1 203	1 252	104,1
2.	Орналастыру объектілері саны	562	1273	226,5
3.	Сатылған билеттер бағасы (мың теңге)	19 281,6	19 400,4	100,6
4.	Туристерге және шетелдік туризмге қызмет көрсету(мың адам)	122,2	172,2	140,9
5.	Рекреанттарға қызмет көрсету, келу туризмі (мың адам)	194,1	275,1	142,0
6.	Рекреанттарға қызмет көрсету, келу туризмі (мың теңге)	17 453 671,5	25 412 545,7	145,6

Ескерту: 2020-2021 жж. ҚР ұлттық статистика мәліметі негізінде автор құрастырған

Туристік компаниялардың саны жыл ішінде 4,12%-ға өсіп, 1253-ті құрады.

Қызмет көрсету және орналастыру объектілеріне келушілер саны 65,8%-ға өсіп, 2 548 869 адамды құрады.

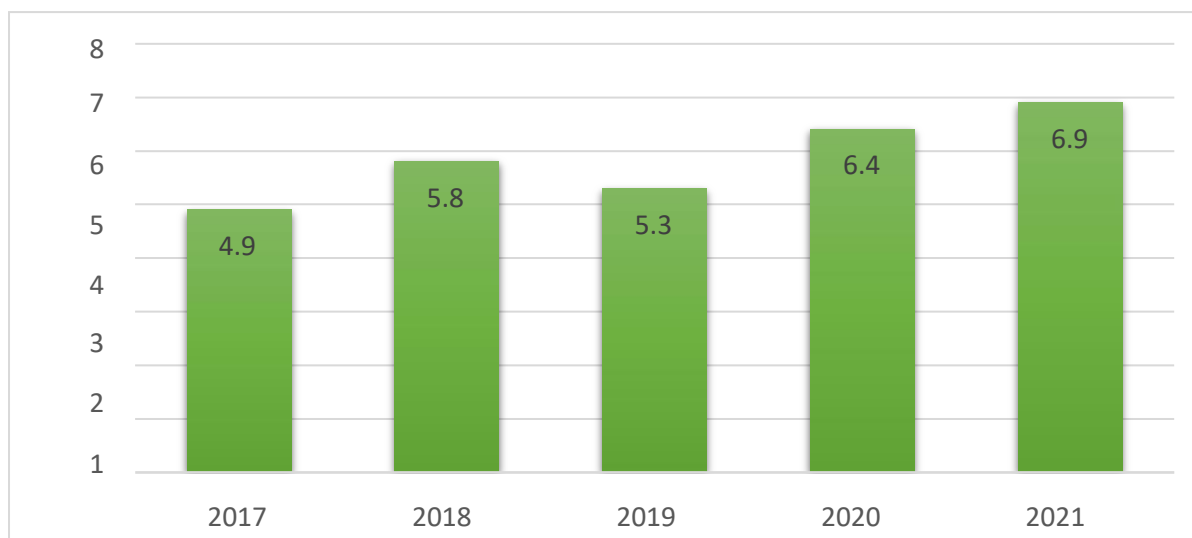
Орналастыру объектілерінің саны 2,3 есеге жуық өсіп, 1273 бірлікті құрады.

Сатылған ваучерлердің бағасы 1 жыл ішінде 0,6%-ға өсіп, 19 400 430,7 мың теңгені құрады. Сатылған билеттер бағасының шамалы өсуі қаржылық-экономикалық дағдарыс жағдайында туристік фирмалардың өз тұтынушыларын жоғалтып алмау үшін турлардың бағасын сәл көтеруімен байланысты.

Кіру туристік фирмалары қызмет көрсететін келушілер саны талданып отырған кезеңде

42,9%-ға өсті.

2016 жылдан 2021 жылға дейінгі кезеңде Қазақстанға қызмет көрсетілген келген туристер санының динамикасы туралы деректер 1-суретте көрсетілген.



1-сурет – Қазақстан Республикасына қызмет көрсетілген келген туристер санының динамикасы 2016-2021 жж.

Ескерту - ҚР ұлттық статистика мәліметі негізінде автор құрастырған.

2019-2020 жылдары Қазақстан Республикасына келетін туристер санының күрт төмендеуі ПҚК-да COVID-19 коронавирус індетіне қарсы карантиндік шаралармен байланысты. 2021 жылы Қазақстан Республикасының туристік қызметінде көрсетілетін қызметтердің негізгі көрсеткіштері 4-кестеде көрсетілген.

4-кесте – 2021 жылғы Қазақстан Республикасындағы туристік қызметтің негізгі көрсеткіштері

Көрсеткіштер	Қызмет көрсетілетін адамдар саны, мың адам				Туристік қызметтен түскен табыс (млн. теңге)	Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер, (млн. теңге)
	Барлығы	Кіру	Шығу	Ішкі		
1	2	3	4	5	6	7
Олардың барлығы	16598,6	4712,6	7412,3	4473,7	122004,3	40491,1
Туристік ұйымдар	486,5	39,7	274,6	172,2	21450,7	3277,9
Орналастыру құралдары	2458,9	594,2	-	1954,7	62082,2	33039,2
Санаторлы-курорттық мекемелер	218,9	65,7	-	153,2	13607,0	957,8

1	2	3	4	5	6	7
Ерекше қорғалатын табиғат аумақтар	537,9	162,0	-	375,1	-	-
Мәдениет мекемелері	3304,9	1486,3	-	1816,9	24863,6	3215,9
<i>Ескерту: ҚР ұлттық статистика мәліметі негізінде автор құрастырған</i>						

4-кестеге сәйкес, 2021 жылы жіберіп алған туристер саны 16598,8 мың адамды құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 15,9%-ға жоғары. Туристердің жалпы санынан келу туризмінің 28,4% қызмет көрсетті.

Кіру туризмінің инфрақұрылымын дамытуға тиісті мемлекеттік қолдау болған жағдайда Қазақстанның перспективалық мүмкіндіктері жылына 900 млрд теңгені құрайды (ДСҰ бағалауы). Бұл сізге көбірек келетін туристерді қабылдауға мүмкіндік береді. Бірақ Қазақстанға әртүрлі мақсатпен келетін шетелдік қонақтардың саны бүгінгі таңда 4,8 миллион адамды құрайды, оның туристік мүмкіндіктеріне сәйкес келмейді [9, 2 б]

5-кесте – 2021 жылы Қазақстан Республикасының туризм саласының негізгі капиталына инвестициялар (мың теңге)

Көрсеткіштер	Негізгі инвестиция салымдары	Соның ішінде меншік түрі бойынша			
		Мемлкеттік	Жекеменшік	Шетелдік қатысумен бірлескен кәсіпорындар	Басқа заңды тұлғалар мен азаматтар
1	2	3	4	5	6
Барлығы	209460203	51936850	135836959	14988156	6878238
Туристік агенттер мен салада қызмет көрсететін ұйымдар	47637	-	47428	22	209
Тұрғын үй және қонақ үй секторы	10640562	45670	6811323	1276534	3783569
Сусындар мен тамақ саудасы	4309906	492684	3663107	150761	154115
Санаторлы-курорттық сектор	14536327	10951828	3584499	1921	-
Санаторлы-курорттық сектор	14536327	10951828	3584499	1921	-
Жол құрылысы	9011228	1059663	6653832	454458	1297733
Метро және темір жол (құрылысы)	664471	-	664471	-	-

1	2	3	4	5	6
Басқа объектілер (құрылыс)	2790726	-	2401394	38158	389332
Темір жол көлігі (жолаушы)	1740730	236336	1504394	300	-
Темір жол көлігі (жүк)	86272744	46308	85990870	8634	235566
Автокөлік тасымалдау (жолаушы)	40554085	33602132	6951752	2226	201
Автокөлік тасымалдау (жүк тасымалы)	3738556	8045	3442363	79848	288149
Су арқылы тасымалдау	6835919	998	6780633	6097899	54290
Әуе көлігімен тасымалдау	13509158	5493188	7340896	6877396	675074
<i>Ескерту: ҚР ұлттық статистика мәліметі негізінде автор құрастырған.</i>					

Салаға салынған инвестицияның жалпы көлемін 5-кестеден көруге болады. 209,6 млрд.теңге, мемлекетке 14,9 млрд.теңге. 64,8% жеке кәсіпкерлік – 135,8 млрд теңге.

24,7% бірлескен кәсіпорындар -51,9 млрд.теңге. 7,3% мемлекеттік инвестиция – 14,9 млрд теңге. 3,2% басқа инвесторлар – 6,8 млрд.теңге

Туристік қызметпен және соған байланысты қызметтермен айналысатын шаруашылық жүргізуші субъектілердің саны туралы мәліметтер 6-кестеде көрсетілген.

Аймақтағы туристік ұйымдардың негізгі көрсеткіштерін зерттеу туристік ұйымдардың қаржылық көрсеткіштерінің белгілі бір өсуіне қарамастан, қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында туризмнің даму деңгейі төмен екенін көрсетеді. Туристік ұйымдар өз қызметінде көптеген мәселелерге тап болатыны анықталды, олардың негізгілері: салық саясатының тұрақсыздығы, туристік нарықтағы жоғары бәсекелестік, мемлекет тарапынан жеткіліксіз қолдау, меншікті қаражаттың жетіспеушілігі, тұтынушылардың төлем қабілетсіздігі.

6-кесте – Қазақстандағы туристік нарықтың негізгі проблемалары

Мәселелер	Мәселелердің мазмұны
1	2
Қазақстандық өнімнің сапасының төмендігі	Қазақстандық курорттарда туристік өнімді тиімді өткізуге мүмкіндік бермейтін қызмет көрсету мәдениетінің жоқтығы.
Төмен кәсіпқойлық	Практикалық және теориялық білімнің болмауы, туристік фирма менеджерлерінің дайындығының төмендігі
Шетелдік серіктестердің сенімсіздігі	Шетелдік серіктестердің қазақстандық туроператорларға деген сенімсіздігі

1	2
Қазақстан аймақтарындағы жағдай туралы ақпараттың жоқтығы	Дамыған өңіраралық байланыстардың, Қазақстан аймақтарындағы қажеттіліктердің ерекшеліктері туралы объективті ақпараттың болмауы. Аймақтық тұтынушылардың әртүрлі топтары арасында сұраныс динамикасы мен сипаттамалары туралы ақпараттың болмауы
Қарым-қатынастардың нарықтық мәдениетінің төмен деңгейі	Туристік фирмалар арасындағы нарықтық мәселелерді бірлесіп шешуге бағытталған іскерлік байланыстардың өте төмен деңгейі
БАҚ беталысы	Жеке операторлардың бірқатар мамандандырылған туристік басылымдарды айқын тартуы. біржақты және нақты емес ақпарат
Туристік агенттіктердің нақты позициясы жоқ	Туроператорлардың қызметін әр түрлі клиенттік сегменттерге үнемі қайта бағыттау. Бұл компания тек осы сегментте жұмыс істейтіні белгілі болған кезде нарықта ұсыныстың нақты анықталған позициялық құрылымы жоқ.
Нормативтік-құқықтық және заңнамалық базаның жеткіліксіз дамуы	Туристік қызметтер нарығында компаниялар арасындағы қарым-қатынасты оңтайландыратын мемлекеттік деңгейде барабар және заңнамалық базаның болмауы
<i>Ескерту: Автор құрастырған</i>	

Туристік нарық тауар нарығына қарағанда бәсекеге қабілеттіліктің бірегей факторларына ие және одан әрі зерттеуді қажет етеді. Қазақстан Республикасының заң шығарушы органдары туристік нарықты реттейтін қолданыстағы нормативтік құқықтық актілерге оның ерекшеліктерін ескере отырып толықтырулар қабылдуы керек. Қазақстанда туристік өнімді жасау және ілгерілету түріндегі туристік қызметтерді ұсынатын ұйымдар желісі қалыптаса бастағанын анықтады. Дегенмен, туристік агенттіктердің қатысуы әлі де туристік ағындарды ұйымдастыруда аз ғана үлеспен шектеледі. Туристік агенттіктердің маңызды проблемасы персоналдың кәсіби деңгейінің төмендігі және туристік индустрияны қолдаудың заңнамалық түрде әзірленген мемлекеттік саясатының жоқтығы болып табылады.

7-кесте – Алынған мәліметтерді синтездеу және талдау

Мәселелер мен қиындықтар	Даму стратегиялары мен мүмкіндіктері
1	2
Инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы	Көлік, туризм және коммуникация инфрақұрылымын дамыту
Кадрлардың жетіспеушілігі	Туризм саласындағы кадрларды даярлау және олардың біліктілігін арттыру

1	2
Төмен инвестиция	Туристiк инфрақұрылым мен жобаларға инвестиция тарту
Әлсiз маркетингтік стратегия	Тиiмдi маркетингтік стратегияларды әзiрлеу және енгiзу
Елдiң оң имиджiнiң болмауы	Халықаралық деңгейде Қазақстанның оң имиджiн қалыптастыру
Мәдени және табиғи ресурстарды жеткiлiксiз пайдалану	Мәдени, табиғи және экологиялық туризмдi дамыту
Халықаралық ынтымақтастықты нығайту қажеттiлiгi	Халықаралық туристiк ұйымдармен және елдермен ынтымақтастықты нығайту
Ескерту: Автор құрастырған	

Туризм экономикасының дамуы мен оның экономикалық көрсеткіштерінің шекаралары аймақтағы туристік қызмет көрсету нарығының даму деңгейінің әртүрлілігімен қарастырылады. Туристік қызметтердің аймақтық нарығындағы қаржы көрсеткіштері бір жағынан туристік өнімге сұраныс көлеміне, ал екінші жағынан аймақтық ұсыныс құрылымына әсер етеді, соның нәтижесінде сатушылар сатып алуға мәжбүр болады. туристік қызметтердің аймақтық нарығы шекараларының сипаты мен көлеміне сәйкес өз өнімін бейімдейді, ал тұтынушылар, өз кезегінде, ұсынылатын туристік өнімдердің номенклатурасымен шектеледі [10, 18 б]

Нәтижелер: Туризм экономикасын дамытуда келесідегі түйіндемелерін негіздеуге болады. Олар:

1. Аймақтағы туризм экономикасының қызмет нарығын дамыту бағыттарының аумақтық әлеуметтік-экономикалық жүйені дамытудың стратегиялық мақсаттарымен сәйкестігі анықталды;

2. Туристік қызметтер нарығының жұмыс істеуінің негізгі мақсаты туристік сұранысты қанағаттандыру, облыс халқының өмір сүру деңгейі мен сапасын арттыруға бағытталған аймақтық әлеуметтік-экономикалық дамудың стратегиялық мақсаттарына толық сәйкес келетін демалысқа, демалысқа, сауықтыруға, мәдени деңгейін көтеруге, ойын-сауыққа және т.б. қажеттіліктері қарастырылды;

3. Нарықтың негізгі субъектілері мүдделерінің өзара тығыз байланысы – туризм экономикасының қаржы нәтижелері өңірлік нарық субъектілерінің экономикалық мүдделерінің қақтығысы ұсынылатын туристік қызметтердің жоғары сапасы мен әртүрлілігін қамтамасыз ететін бәсекелестік ортаның қалыптасуына ықпал етеді;

4. Туристік ұйымдардың бәсекеге қабілетті бірлік ретінде бүкіл аймақтың стратегиялық мақсаты ұзақ мерзімге бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ету болып табылады. Өнеркәсіптердің (қонақ үйлер, көлік, сауда), олардың нарықтары, халықтың және қоршаған дүниенің өзара әрекеттесуі аймақтың бәсекеге қабілеттілігіне әсер етеді. Нарықтар

өнімге жоғары талаптар қояды және осылайша салалардың жұмысын ынталандырады және керісінше - бәсекеге қабілетті салалар осы саладағы талапшыл тұтынушылардың санын сақтауға және көбейтуге мүдделі етеді.

5. Туризмнен жақсы табыс алатын салалар жергілікті халық арасында белгілі бір оң пікір қалыптастырады. Өз аймағындағы туризмге оң көзқараспен қарайтын халық инновациялық туристік жобаларды жүзеге асыруға жағдай жасайтын қонақжайлылықтың кепілі болып табылады. Халықтың оң және теріс сыртқы әсерлерге қатынасы да аймақтың бәсекеге қабілеттілігіне әсер етуін арттырады.

Қорытынды

Дүниежүзілік туристік ұйым туристік аймақты туристке немесе туристер тобына қызмет көрсетуші сататын демалысты, білім беруді немесе рекреацияны ұйымдастыруға қажетті арнайы нысандар мен қызметтердің үлкен желісі бар аумақты анықтайды. Осылайша, туристік ұйымдар әрі туристік мақсат, әрі туристік өнім, әрі стратегиялық бизнес бірлігі ретінде басқарылуы тиіс. Аймақтық туристік ұйымның, атап айтқанда, ауылдық жерлерде, шағын және орта қалаларда дамымауы, сондай-ақ мәдени саланың кедейленуі жергілікті билік органдарының туризм бағдарламаларына мүдделі қатысуының жоқтығын көрсетеді. Туристік қызмет көрсетумен қатар жүретін жергілікті өнеркәсіптің тұтыну өнімдерін сату кейбір жағдайларда туристік қызмет көрсету құнына қарағанда үлкен пайда әкелуге мүмкіндік береді.

Туризм саласындағы нашар дамыған аудандар үшін туристік ресурстарды әзірлеу оңай емес. Тәжірибе көрсеткендей, аймақтың даму деңгейі неғұрлым жоғары болса, оның экономикасының басқа бағыттары ауқымды және алуан түрлі болады, туристік ұйымдардың қаржылық көрсеткіштерінің дамуын артыру керек.

Туризм ұлттық экономиканың феномені бола отырып, демократиялық болса да, орталық құрылымдар арқылы жүзеге асырыла алмайтынын есте ұстаған жөн. Ол табиғаты бойынша нақты ресурстармен, табиғи-демографиялық фактормен, аймақтық ерекшеліктермен байланысты. Ол кең орталықтандырылмаған ұйымды және ең алдымен аймақтық негізде туристік ұйымдардың қаржылық жағдайының дамуын қажет етеді.

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе, туризм елдің, облыстардың, жекелеген қалалардың шаруашылық кешенінде де, әлемдік шаруашылық жүйесінде де маңызды орын алатынын атап өтуге болады. Туризмнің дамуы интеграция мен халықаралық мамандану үдерісінің одан әрі тереңдеуіне ықпал етеді. Туризм саласына ел экономикасының негізгі саласы, қоғамдағы экономикалық және әлеуметтік процестерге әсер ететін өзара байланысты жүйе ретінде байыпты назар аудару қажет.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Морозов М. А. Экономика туризма: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 304 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов //М.: Альпина бизнес букс. – 2005. – Т. 454. – С. 4.
3. Kucukusta. D., Mak. A., Chan. X Challenges and prospects of the tourism industry in Kazakhstan: An exploratory study. // Current Issues in Tourism. - 2020. - №23(2) . - С. 145-160.

4. Можаяева Н. Г., Рыбачек Г. В. Организация туристской индустрии и география туризма: учебник //М.: Форум: НИЦ инфра-м. – 2014. – Т. 336.
5. Дмитриев М.Н. Экономика туристского рынка: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма. —М: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. -311 с.
6. Қазақстан туризмі. 2017-2021 жж. Статистикалық жинақ. [Электронный ресурс] URL: <https://stat.gov.kz/publication/collections/?year=&name=16286&period=>
7. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов. -М: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 399 с.
8. Молдағалиева А.Е., Шанбай И.Н. Разработка модели развития туризма в Республике Казахстан // Актуальные исследования. - 2023. - №16 (146). - С. 2с.
9. Артемова, Е.Н., Владимирова О.Г. А86 Экономика туризма: учебное пособие для высшего профессионального образования. -Орел: ФГОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК», 2011. -275 с.
10. Әбдірайымов А.Р., Сағындықова А.Қ. Қазақстан туризміндегі инновациялық технологиялар. // Ғылым және бейбітшілік. - 2019. -№ 2.- С. 14-19.

REFERENCES

1. Morozov M. A. E`konomika turizma: uchebnik dlya srednego professional`nogo obrazovaniya [Tourism Economics: textbook for secondary vocational education] / M. A. Morozov, N. S. Morozova. — 6-e izd., ispr. i dop. — Moskva: Izdatel`stvo Yurajt, 2023. — 304 s.
2. Porter M. Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otraslej i konkurentov [Competitive strategy: A methodology for analyzing industries and competitors] //М.: Ал`пина бизнес буks. – 2005. – Т. 454. – С. 4.
3. Kucukusta. D., Mak. A., Chan. X Challenges and prospects of the tourism industry in Kazakhstan: An exploratory study. // Current Issues in Tourism. - 2020. - №23(2) . - s. 145-160.
4. Mozhaeva N. G., Ry`bachek G. V. Organizaciya turistskoj industrii i geografiya turizma: uchebnik [The organization of the tourism industry and the geography of tourism: textbook] //М.: Форум: NICz infra-m. – 2014. – Т. 336.
5. Dmitriev M.N. E`konomika turistskogo ry`nka: uchebnik dlya studentov vuzov, obuchayushhixsya po napravleniyam servisa i turizma.[Economics of the tourist market: a textbook for university students studying in the areas of service and tourism.] —М: YuNITI-DANA, 2010. -311 s.
6. Qazaqstan turizmi. [Tourism in Kazakhstan] 2017-2021 jj. Statistikalıyq jinaq. [Elektronnyı resurs] URL: <https://stat.gov.kz/publication/collections/?year=&name=16286&period=>
7. Dmitriev M.N., Zabaeva M.N. E`konomika i predprinimatel`stvo v social`no-kul`turnom servise i turizme: uchebnik dlya studentov vuzov. [Economics and entrepreneurship in socio-cultural service and tourism: a textbook for university students.] -М: YuNITI-DANA, 2009. –399 s.
8. Moldagalieva A.E., Shanbaj I.N. Razrabotka modeli razvitiya turizma v Respublike Kazaxstan [Development of a model for tourism development in the Republic of Kazakhstan] // Aktual`ny`e issledovaniya. - 2023. - №16 (146). - S. 2s.

9. Artemova, E.N., Vladimirova O.G. A86 E`konomika turizma: uchebnoe posobie dlya vy`sshego professional`nogo obrazovaniya. [A 86 Tourism Economics: a textbook for higher professional education.] -Orel: FGOU VPO «Gosuniversitet-UNPK», 2011. - 275 s.

10. Abdiraimov A.R., Sagyndykova A.K. Kazakstan turizmindegi innovatsiyalyk tekhnologiyalar. [Innovative technologies in tourism of Kazakhstan] //Gylym zhane beybitshilik. - 2019. -№ 2. -S. 14-19.

Д.С. АСАН

Экономика ғылымдарының кандидаты,
қауымдастырылған профессор
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail:
asan.dosmahanbet@iuth.edu.kz

15.07.23 ж. баспаға түсті.
22.08.23 ж. түзетулерімен түсті.
29.09.23 ж. басып шығаруға қабылданды.

D.S. ASSAN

International University of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkistan), E-mail: asan.dosmahanbet@iuth.edu.kz

WAYS TO IMPROVE TOURISM ECONOMY DEVELOPMENT

Abstract. *Tourism economics is a science that studies and analyzes the economic relations that arise in the process of production, distribution and consumption of tourist products and services designed to satisfy the needs and desires of travelers. Modern scientific research considers tourism as a complex socio-economic system that provides material and non-material needs of people, providing services through a complete and rational vacation. The purpose of the study: to develop theoretical and methodological rules for improving the financial potential of tourist organizations in the regions to realize their development potential. Tourism is a branch of economy that supplements the budget of many countries of the world. The developed methods can be used as practical recommendations in the development and implementation of the tourism complex described in the article, to assess its socio-economic importance. The article considers some issues of financial indicators of tourism economy development.*

Keywords: *tourism economy, GDP, evaluation, microeconomics, mesoeconomics, macroeconomics, mega economics.*

Д.С. АСАН

Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Түркестан), E-mail: asan.dosmahanbet@iuth.edu.kz

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ТУРИЗМА

Аннотация. *Экономика туризма – это наука, изучающая и анализирующая экономические отношения, возникающие в процессе производства, распределения и потребления туристских продуктов и услуг, предназначенных для удовлетворения потребностей и желаний путешественников. Современные научные исследования рассматривают туризм как сложную социально-экономическую систему, обеспечивающую материальные и нематериальные потребности людей, предоставляя услуги посредством*

полноценного и рационального отдыха. Цель исследования: разработать теоретико-методические правила повышения финансового потенциала туристских организаций регионов для реализации потенциала их развития. Туризм – отрасль экономики, пополняющая бюджет многих стран мира. Разработанные методы могут быть использованы в качестве практических рекомендаций при разработке и реализации туристского комплекса, описанного в статье, для оценки его социально-экономической значимости. В статье рассматриваются некоторые вопросы финансовых показателей развития туристической экономики.

Ключевые слова: экономика туризма, ВВП, оценка, микроэкономика, мезоэкономика, макроэкономика, мегаэкономика.