Толонов Э.Н.

ТУРИЗМ ИНФРАСТРУКТУРАСЫ ЖАНА АНЫН ОБЪЕКТИЛЕРИ

Толонов Э.Н.

ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА И ЕГО ОБЪЕКТЫ

E.N. Tolonov

TOURISM INFRASTRUCTURE AND FACILITIES

УДК: 657:336.148

Статьяда туризм тармагынын туризм инфраструктурасы жана анын объектилери жөнүндө терең маалыматар берилди жана ошондой эле туризм инфраструктурасынын Кыргызстандагы өзгөчөлүгү каралды.

Ачкыч сөздөр: *туризм тармагынын, туризм инфраструктурасы, туризм объектилери, ташуу сектору, кызмат көрсөтүү, туризм өндүрүшү.*

В данной статье рассматривается вопросы развития инфраструктуры туризма и его объекты, а также их особенности в Кыргызстане.

Ключевые слова: *туристическая отрасль, инфраструктуры туризма, объекты туризма, сектор перевозки, оказание услуг, туристическое поризводство.*

This article discusses questions of the development of tourism infrastructure and facilities, as well as their features in Kyrgyzstan.

Key words: *mourist sector, infrastructure, tourism, tourist sites, transportation sector , services , travel production*

Туризм тармагы, салыштырмалуу, жаш индустрия болгонуна карабастан, дүйнө жүзүндө күн санап өнүгүп келе жаткан жана бул тармакты жетиштүү деңгээлде колго алган өлкөлөрдүн бюджетине түшкөн каражаттардын басымдуу бөлүгүн түзгөн тармактардын бири болуп саналат. Кыргызстан да өзүнүн табигый ресурстары менен дал ушундай туристтерди кызыктырып, алардын сүймөнчүлүгүнө татыган өлкөлөрдүн катарына кошулуу жана туризм өлкөсү болуу потенциалына ээ. Мындай потенциалды натыйжалуу ишке ашырууда туризм инфраструктурасы өзгөчө чоң ролду ойнойт. Туризмдин инфраструктурасы – туристтик товарларды өндүрүүгө, таркатууга, сатууга, керектөөгө жана кызмат көрсөтүүлөргө багытталган ишкана-уюмдарды өзүнө камтыган бири бири менен байланышкан бүтүндөй бир уюм. Ал өз кезегинде 5 функциялык секторлордон (туристерди ташуу, жайгаштыруу, тамактантуу, көнүлдөрүн ачуу, кошумча кызматтардан) турат (1- сүрөт).

Туризмдин башкы мүнөздүү касиети саякаттоо (кыдыруу) болгондуктан, анын негизги аныктоочу бөлүгүн туристерди ташуу сектору түзөт. Азыркы дүйнөлүк туризмдин географиясы дээрлик бүт Жер шарын камтыгандыгына байланыштуу туризм ишмердүүлүгүн ташуусуз элестетүү кыйын.

Туристерди ташуу инфраструктурасынын обьектилерине автомобиль, темир, аба жана суу жолдору менен кошо вокзалдар, порттор, терминалдар, станциялар, аялдамалар, транспорт каражаттарынын бардык түрлөрү кирет. Транспорттун өсүп-өнүгүү деңгээли жалпысынан илимий-техникалык прогресстин өнүгүшү, мамлекеттин социалдык-экономикалык абалы, ишканалардын техникалык жактан жабдылышы менен мүнөздөлөт. Ал эми туристтик тармактын, аймактардын өнүгүү деңгээли транспорт торчосунун өнүгүү абалына түз-дөн-түз көз каранды экендигин практика далилдеп турат. Транспорт түзүмүнүн үзгүлтүксүз иштөөсү, коопсуздугу, жол боюндагы сервис-туризм тармагынын жеткиликтүү өнүгүшүнүн башкы өбөлгөсү.

1-сүрөт. Туризмдин инфраструктурасы жана анын обьектилери

Туризмдин инфраструктурасы	
Негизги (тейлөөчү) сектор	***Кошумча (камсыздоочу) сектор***
Ташуу (автомобиль, аба, темир жана суу жол торчолору, транспорттук каражаттар: автомобилдер, учактар, поезддер, кемелер, мотоциклдер, велосипеддер, кайыктар, мингич жаныбарлар ж.б.)	**Байланыш жана маалыматтык камсыздоо** (телефон станциялары, телеграф, почта, уюлдук байланыш, интернет, радио жана телеберүү, газета-журналдар, таркатуучу маалымат каражаттары ж.б.)
Жайгаштыруу (мейманканалар, отелдер, кемпингдер, туристтик айылдар, боз үйлөр, чатырлар, ижарага алынган үйлөр, батирлер ж.б.)	**Банк системасы жана финансылык камсыздоо** (банктар, банкоматтар, акча алмаштыруучу жайлар, накталай эмес төлөм тартиби ж.б.)
Тамактануу (ресторандар, кафелер, ашканалар, чайханалар, талаа шартындагы ашканалар, тез тамактануу пункттары ж.б.)	**Соода** (соода борборлору, маркеттер, базарлар, дүкөндөр, күркөлөр ж.б.)
	Элдик кол өнөрчүлүк (элдик кол өнөрчүлүктүн борборлору)
Көнүл ачуу (бий клубдары, оюн залдары, музейлер, көргөзмөлөр, аттракциондор, цирктер, театрлар, зоопарктар, диснейленддер, океанариумдар, дельфинарийлер, аквапарктар, эс алуу парктары, базарлар, соода түйүндөрү ж.б.)	**Туризм алкагында илим изилдөө жана билим берүү** (илим изилдөө институттары, атайын орто жана жогорку окуу жайлары, ар кандай багыттагы окуу курсгары ж.б.)
	Тармактык адиштешкен кызматтар (юридикалык, медициналык, камсыздоо, жарнамалык, көзөмөлдөө-куткаруу ж.б.)

Ташуу сектору жалпы транспорт тармагынын түрлөрүнө карай бир канча тармактарга бөлүнөт.

Автомобиль транспорту, темир жана аба жол транспортторунун дүркүрөп өнүгүшүнө, алар

туристтердин негизги катмарын өзүнө тартканына карабастан, өз маанисин жоготпой келе жатат. Себеби, туристтер көздөгөн көпчүлүк обьектилер (кооз капчыгайлар, деңиз бойлору, көлдөр, маданий-тарыхый эстеликтер ж.б.) автомобиль каражаттары гана жете ала турган жерлерде жайгашкан. Дүйнө аймактарын кыдыргын туристтердин 70-80%ы транспорттун ушул түрүнөн пайдаланышат.

Колдонуучу каражаттары да ар түрдүү: деңиз жана дарыя кемелери, катерлер, кайыктар, салдар ж.б.

Аба транспорту транспорттун салыштырма жаңы түрү болгону менен массалык мүнөзгө ээ болууда. Азыркы авиалайнерлер 300дөн ашык жүргүнчүлөр менен 52 миң км ге чейин учуп, Жер шарынын бардык жерлерине туристтердин жетишин камсыз кылды. Ири, тез учуучу жана коопсуз учактар континенттер аралык кыдырууларды тездетти. Азыркы авиатехниканын ылдамдыгы территориялык гана эмес, убакыт мейкиндигин да өзгөртүүгө мүмкүнчүлүк түздү. Айтсак, Европадан чыгышты карай учуп, эл аралык даталар алмашуу сызыгынан өтүү менен АКШдагы кечээги күнгө туш болууга болот.

Туристтик ташууда жана кыдырууда мингич жана жук ташыгыч унаалар көбүнчө техникалык каражаттар жете алгыс, рельефи татаал жерлерде колдонулат. Ошондой эле транспорттун бул түрү, айталы, тиешелүү аймактарда пил, төө, топоз, лама, ат, өгүз, бугу, эшек, ит ж.б. менен кыдыруу чет элдик туристтер үчүн кызыктуу экзотикалык тур болуп саналат.

Жайгаштыруу сектору - туризм тармагынын маанилүү элементи, меймандостук ишинин маңызы. Ал эми меймандостук адамзат коомунун алгачкы өнүгүү этаптарынан бери келаткан ар бир элге тиешелүү салт, тартип жана милдет болуп калды.

Жайгаштыруу обьектилери - убактылуу туруучулар үчүн түнөөгө ылайыкташкан жана түрдүү деңгээлдеги сервиске ээ болгон ар кандай көрүнүштөгү, тартиптеги жана типтеги негизги каражаттар (чатырдан тартып, эн чоң отелге чейинки).

Эл аралык классификация боюнча, бардык жайгаштыруу каражаттары эки бөлүккө бөлүнөт: жамаатгык (коллективдик) жана жекече (индивидуалдык).

Жамааттык жайгаштыруу каражаггарына мейманканалар жана аларга окшош башка жолоочуларды жайгаштыруу ишканалары кирет. Мейманкана - туристтерди жайгаштыруунун негизги, классикалык ишкана тиби. Эл аралык практикада мейманканалардын сандык жана сапаттык көрсөткүчтөрү боюнча ар кандай маанидеги классификация жүргүзүлөт: жылдыз (бирден бешке чейин), тамга (A-B-C-D), «ачкыч», балл ж.б. системалары. Булардын ичинен мейманканаларды жылдыз боюнча бөлүү дүйнөдөгү кеңири таралган ыкма болуп эсептелет. Бирок бүгүнкү күнгө чейин бирдиктүү түзүмдөгү классификацияны киргизүү ишке ашпай келе жатат.

Азыркы замандын мейманкана ишканалары өз карамагындагы жабдууларына, сунуш кылган кызматтарына карап төмөнкүдөй типтерге бөлүнөт: отель, мотель, куророттук мейманкана, кемпинг, ротель, флотель, ботель, туристтик база, пансион ж.б.

Туристтик базада туристтерди кабыл алуучу жана жайгаштыруучу бөлмөлөрү, ашканасы, активдүү дем алууну камсыз кылуучу кызматтар бар. Ал тоолуу жана башка жаратылышы өзгөчө (токой, көл бар) райондордо жайгашуу менен тоого чыгуу, сууда агуу, лыжа тебүү, жөө жүрүү сыяктуу кыдыруунун активдүү ыкмаларын сунуш кылат. Кыргызстандын шартында туристтик базалар туризмди өнүктүрүүдө негизги ролду ойнойт.

Ыссык-Көлдө жекече жайгаштыруу каражаттарынын мүмкүнчүлүктөрү өтө кеңири. Туристтер менчик үйлөрдө, ижарага алынган батирлерде, тааныштарынын же туугандарынын үйлөрүндө токтошу ыктымал.

Белгилеп өтсөк, азыркы кезде эл аралык базардагы атаандаштыкка туруктуу болуу, керектөөчүлөрдүн көп санын тартуу максатында уюштуруучулар кардар-туристтер үчүн жайгашуунун өзгөчө бир, оригиналдуу формаларын тартуулап жатышат: үңкүрдүн негизинде (Ургуп, Түркия), муздан (Квебек, Канада), мурунку түрмөнүн базасында (Улуу Британия), токой дарактарынын бийиктигинде курулган (Манаус, Бразилия) ж.б. типтеги мейманканалар.

Тамактануу сектору туризмде маанилүү функцияны аткарат. Анткени, туристтер башка чөйредө, айрыкча, активдүү дем алууда тамактануунун өзгөчө режимин, рационун талап кылышат. Улуттук ашкана, улуттук тамак-аштар жергиликтүү элдин маданиятынын өзгөчө белгиси катары көпчүлүк туристтердин таанып-билүү мүдөөлөрүн канааттандырат. Ошондуктан көп аймактарда атайын уюштурулган гастрономиялык турлар да кенири кулач жайып жатат.

Туризмде тамактанууну уюштуруу өтө маанилүү жана жооптуу. Мында тамак-аштын рационун сезонго, аба ырайына, туристтердин жаш курагына (айрыкча, жаш балдарды, карыларды эске алуу), маршруттун шарттарына жараша түзүү талапка ылайыктуу. Ошондой эле азыркы эл аралык туризмдин өнүгүшү, сунуштун керектөө өзгөчөлүктөрүнө карап бөлүнүшү, базардагы атаандаштык тамактануу жайларынын ар кандай багытта адистешүүсүнүн терендешине алып келди. Улуттук, вегитериандык, мүнөздөп тамактануу, диний (мисалы, рамазан айын, пост мезгилдерин эске алуу) өзгөчөлүктөрдү эске алган тамак-аш жайлары жалпы туризм үчүн өтө маанилүү.

Чет элдик туристтерге улуттук ресторандар, кафелер, ашканалар абдан кызыктуу. Мында улуттук өзгөчөлүктөрдү бир гана тамак-аш жана ичимдиктердин түрлөрүнөн гана эмес, ишкананын ичкитышкы көрүнүшүнөн, тейлөө кызматкерлеринин кийиминен, ыр-күүдөн көрүүгө, байкоого болот.

Тамактануу индустриясындагы атаандаштык тамактануу каражаттарынын көнүмүш эмес типтеринин пайда болушуна, салттуу эмес ыкмаларды колдонууга алып келди. Мисалы, Кытайда иттери менен кошо саякаттаган туристтер үчүн атайын ресторандар ачылды; Мальдив аралдарында суу астында айнектен курулган ресторанда деңиз жаныбарларына байкоо жүргүзүү менен тамактанууга болот.

Көңүл ачуу сектору - туризм индустриясынын көп тармактуу борбордук түзүмү. Туристтик кыдыруулардын түпкү максатын көңүл ачуу түзгөндүктөн, бул өзгөчө маани берүүнү талап кылган иш-чара болуп саналат. Көңүл ачуу элементи бир гана эс алуу, экскурсия, жүрүш, сейил куруу, ойноо мезгилинде гана эмес, туристтик кыдыруунун бардык маалында болушу керек (жолдо, тамактанууда, жайгашууда).

Дүйнөлүк туристтик тажрыйбада көңүл ачуунун 110дон ашык түрү белгилүү. Анын активдүү жана пассивдүү формалары турда сөзсүз каралып, катышуучулардын жаш курагы, жынысы, дини ж.б., анан сөзсүз түрдө алардын каалоо-тилектери эске алынат. Кыдыруу обьектилери да бири-биринен кескин айырмалуу жана ар кандай катмарларга арналган: жаратылышы кооз жайлар, тарыхый жерлер, музейлер, театрлар, цирктер, сүрөт көргөзмөлөрү, шаар көчөлөрү, базарлар, дүкөндөр, казинолор, аттракциондор, парктар, дельфинарийлер, зоопарктар, океанариумдар, бий клубдары, гольф талаалары, бильярд залдары ж.б.у.с.

Азыркы учурда дүйнөлүк көңүл ачуу индустриясында тематикалык парктар башкы орунга чыкты. Алар өз катарына оболу балдарды тартуу менен азыр чоңдордун да көп санын камтууда. Анткени, тематикалык парктардын функциясы көңүл ачуу менен катар маалыматтык-таанып-билүүчү мүнөздөргө ээ болууда. Белгилүү парктарга «Диснейленд», «Дисней Уорлд» (АКШ, бул өлкедө жалпысынан 600дөн ашык тематикалык парктар бар), «ЕвроДиснейленд» (Франция), «Сега Уорлд» (Улуу Британия), «Порт Авеятура» (Испания) ж.б. кирет.

Тематикалык парктар эс алуучуларды массалык түрдө илим менен техниканын жетишкендиктерин, жогорку технологияларды колдонуу менен өзүнө тартууда. Мисалга алсак, мындай парктарда компьютердик ыкмалардын жардамы менен космоско саякат жасоого, кандайдыр бир кинолорго каарман катары катышууга, өткөн тарыхый доорлорго кайтууга болот.

Кошумча кызматтар сектору, аты эле айтып тургандай, кошумча (камсыздоочу) кызматтарды сунуш кылат. Бирок туризм ишмердүүлүгүндө бул секторду кошумча, көмөкчү катары көрүп, жеткиликтүү маани бербей койгонго жол берилбейт. Ар бир кызматтын тур үчүн өзүнчө орду бар.

Азыркы электрондук байланыш түзүмүинтернет да туризм чөйрөсүндө эбегейсиз зор мааниге ээ. Интернет боюнча туристтик зона менен таанышып эле эмес, жол катнашынын жадыбалын, туристтик жүрүштү, сервис деңгээлин билип, мейманканадагы орунду, авиабилетти брондоого, аларды төлөөгө болот. Виртуалдык саякат жасоо да кеңири жайылып бара жатат (мисалы, электрондук музейдин экспозициялары менен таанышуу).

Заманбап дүйнөлүк туризмдин өнүгүшү, туристтердин мейкиндик боюнча эркин жылуусу банк системасынын ийкемдүү иштешине түздөн-түз байланыштуу. Чындыгында банктык технологиянын өсүп-өнүгүшү туризм индустриясынын географиялык жайылуусуна, экономикалык өсүүсүнө, туристтик алмашуулардын жана соода-сатыктардын жеңилдешине алып келди. Мисалга алсак, пластик кредиттик картанын негизинде дүйнөлүк накталай эмес төлөм түзүмү туризмдин ишин алда канча жеңилдетип, туристтер өздөрү менен ири өлчөмдөгү акча алып жүрбөй, алардын коопсуздугун камсыз кылуу бир кыйла оңой жолго түшүп калды.

Соода иши да туризм тармагынын өнүгүшүндө чоң мааниге ээ. Ал ишкана, аймак, өлкө үчүн туристтерден пайда табуунун негизги каражаты болуп саналат. Борбордук Азиянын шартында туристтик соода-сатыкта базарлар өзгөчө орунду ээлей тургандыгын баса белгилеп кетүү зарыл. Анткени, алар соода-сатык каражаты катары гана эмес, негизги туристтик таанып-билүү обьектиси катары да кызмат кылышат. Мисалы, бүгүнкү күндө Ош шаарындагы базар шаардын башкы атрибуттарынын бири болуу менен чет элдик туристтерди тартууда кызыктыруучу фактор катары чечүүчү мааниге ээ. Шаардын Улуу Жибск жолундагы тарыхый орду анда соода-сатыктын, анын ичинде базар тармагынын кеңири өнүгүшүнө шарт түзгөн.

Элдик кол өнөрчүлүктүн өнүгүшүн туризмсиз элестетүү кыйьш. Себеби, бул өндүрүштүн продукциясы ошол жердин салт-санааларын, үрп-адаттарын, табигый, тарыхый ж.б. өзгөчөлүктөрүн чагылдырып тургандыктан, анын керектөөчүлөрү болуп саякаттап келген туристтер эсептелет.

Биздин өлкөдө элдик кол өнөрчүлүктүн сырьелук базасынын өтө кеңдигине байланыштуу анын борборлорун бардык калктуу пункттарга жайгаштырууга болот. Башкача айтканда, ал өз керектөөсүнө табигый материалдарды (жыгач, металл, чопо, таш, тери, сөөк ж.б.) пайдалануу менен өндүрүштүк жана турмуш-тиричилик калдыктарын да экинчилик жактан иштетүүгө жөндөмдүү.

Литература

1. Папирян Г.А. Экономика туризма. - М.: Финансы и статистика, 1998.
2. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1995.
3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития: Учебное пособие. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

Рецензент: д.э.н. Токтомаматов К.Ш.