



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ

С. Сұрағанова
Б. Сабатаева

ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЬШЫМЫ



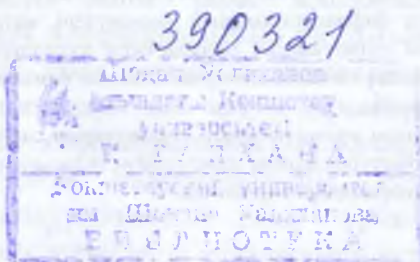
Алматы, 2012

C-89

С. К. Сұрағанова
Б. О. Сабатаева

ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ

Оқулық



Алматы, 2012

ӘОЖ 338.48 (075)

КБЖ 75.81 я 7

С 89

*Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің
«Оқулық» республикалық ғылыми-практикалық орталығы бекіткен*

Пікір жазғандар:

экономика ғылымдарының докторы, профессор **З. Н. Борбасова;**

экономика ғылымдарының докторы, **К. Т. Аленова.**

Сұрағанова С. К., Сабатаева Б. О.

С 89 **Туризм инфрақұрылымы:** Оқулық. Туризм мамандығына арналған. – Алматы, 2012. – 302 бет.

ISBN 978-601-217-332-1

Бұл оқулықта туризм инфрақұрылымының негізгі тақырыптары, атқарымдары, қағидалары, мақсаттары қарастырылған. Туризмдегі өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылымның элементтері, материалды-техникалық базаның жалпы сипаттамасы, орналастыру құралдары, тамақтану базасы және туризмдегі көліктік коммуникациямен қамтамасыз ету мәселелері толық анықталынған.

Оқулық туризм мамандығының студенттеріне, магистранттарына, докторанттарына, оқытушыларына және туризм саласына қызығушылық танытатын барлық оқырмандарға арналған.

ӘОЖ 338.48 (075)

КБЖ 75.81 я 7

© Сұрағанова С.К., Сабатаева Б.О., 2012

© Қазақстан Республикасы жоғары оқу орындарының қауымдастығы, 2012

ISBN 978-601-217-332-1

АЛҒЫ СӨЗ

Әлемдік экономикада туризмнің алатын өзіндік орны бар. Дүниежүзілік туристік ұйымның мәліметтері бойынша, ол әлемдегі жалпы ұлттық өнімнің оннан бір бөлігін, халықаралық инвестициялардың 11 пайыздан астамын, әлемдік өндірістің әрбір тоғызыншы жұмыс орнын қамтамасыз етеді.

“Қазақстан-2030” стратегиясына негізделі отырып құрылған Қазақстан Республикасындағы туризм индустриясының даму концепциясында туризм еліміздің әлеуметтік және экономикалық дамуының маңызды бір саласы ретінде қарастырылады. Туризм индустриясы мемлекеттік әлеуметтік және экономикалық дамудың негізгі факторы және кең көлемді бизнес түрі бола алады. Дүниежүзінде жыл сайын туризмнен түсетін кіріс мөлшері шамамен 3 трлн. АҚШ долларын құрайды.

Қазақстан Республикасының Президенті Н. Ә. Назарбаев туристік индустрия және туристік инфрақұрылым қызметін мемлекет қазынасына айтарлықтай кіріс әкелетін, болашағы бар экономика саласы ретінде көре алатындығы туралы стратегиялық бағдарламаларда атап өткен болатын. Еуразияның жүрегінде орналасқан Қазақстан үшін, болашақта әлемдік туризмнің орналасуы мен дамуының маңызы зор. Туристік инфрақұрылым – туристік-сервистік және ұқсас кәсіпорындардың біртұтас кешені, «Туризм инфрақұрылымы» оқулығында осы кешеннің мәселелері мен даму болашағы, инновациялық технологиялары және стратегиялары жан-жақты қарастырылып, өз шешімін тапқан. Туризм инфрақұрылымы оқулығында өндірістік және әлеуметтік туризм инфрақұрылымы, туризм дамуындағы туристік инфрақұрылымның рөлі, туризмдегі материалды-техникалық база, туристерді орналастыру құралдары, тамақтану базасы, көліктік-коммуникациялық база, туристік көліктің негізгі тасымалдау түрлері мен даму мәселелері, шектес база, туристік сфераның өндірістік объектілері, туризм инфрақұрылымы

дамуының құқықтық негіздері, туризм инфрақұрылымына инвестициялар тарту толық қарастырылған.

Оқулықта Қазақстан Республикасының 2007-2011 жж. арналған туризм дамуының мемлекеттік бағдарламасы мен заңнамалар, ережелер, туристік объектілер мен қызмет көрсету іс-әрекетін стандарттау және сертификаттау, ақпараттық-инновациялық технологиялар, өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылымының дамуы толық қарастырылып, мәселелер қойылып, оны шешудің тиімді жолдары көрсетілген. Осы оқулық «Туризм» мамандығының студенттеріне, магистранттарына, туризм саласында қызмет ететін мамандарға арналған.

Оқулықта Қазақстан Республикасының Мемлекеттік жалпыға міндетті білім стандартының “Жоғары кәсіптік білімнің ережелеріне” сәйкес жасалған.

І б ө л і м

ТУРИЗМДЕГІ ӨНДІРІСТІК ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМ

1-тақырып. Өндірістік және әлеуметтік туризм инфрақұрылымы, олардың міндеттері және құрамының элементтері

Мақсаты: туризм инфрақұрылымының негізгі сипаттамасы мен мәнін білу, оның халықаралық экономикада алатын орны мен жалпы даму тенденцияларын анықтау.

Жоспар:

1) Өндірістік және әлеуметтік туризм инфрақұрылымның мақсаты, есебі, міндеті және құрамына кіретін элементтерінің сипаттамасы.

2) Туризм ұлттық экономиканың перспективалы саласы ретінде, туризмдегі қызмет көрсету саласының жалпы даму тенденциялары.

3) Туризмдегі салалық мәселелерді шешудің кешендік жолдары.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: инфрақұрылым, туризм инфрақұрылымы, өндірістік инфрақұрылым, әлеуметтік инфрақұрылым, нарықтық инфрақұрылым, туризм индустриясы, шағын кәсіпкерліктегі туризм инфрақұрылымы – туристік индустрияның негізгі бөлігі.

1. Өндірістік және әлеуметтік туризм инфрақұрылымның мақсаты, есебі және құрамына кіретін элементтері

Қазіргі таңда туризм көптеген елдерде қарқынды дамып жатқан индустрияға айналып кеткен экономикалық және әлеуметтік сала болып табылады. Елбасымыздың халыққа жолдауына байланысты Қазақстан Республикасы экономикасының тұрақты өрлеуінде туризм инфрақұрылымының дамуы маңызды рөл атқарады.

Инфрақұрылым (латын тілінің «infra» - астыңғы, «structura» - құрылым) дегенін білдірсе, инфрақұрылым – бағыныштылық және көмекшілік сипаты бар, өндіріске қызмет көрсететін (өндірістік) инфрақұрылым және қоғамның тіршілік әрекетінің жағдайларын қамтамасыз ететін (әлеуметтік инфрақұрылым) экономикалық және әлеуметтік салалар кешені.

Туризм – жеке тұлғалардың ұзақтығы жиырма төрт сағаттан бір жылға дейін, не жиырма төрт сағаттан аз, бірақ уақытша болған елде (жерде) ақы төлейтін қызметпен байланысты емес мақсатта түнеп өтетін саяхат түрі.

Туристік инфрақұрылым – туристердің өмір сүру деңгейін жақсарту үшін қолданатын, өндірістік байланыстардың, әлеуметтік және рекреациялық тағайындауда қызмет жасайтын құрал-жабдықтардың, туристік-сервистік және туризмге бағышталған кәсіпорындардың толық кешені болып табылады. Оған туризм индустриясының кәсіпорындарының өміріне қолайлы жағдайлар туғызатын және туристердің туристік қорларға деген қолжетімділікті қамтамасыз ететін, туристік индустрияның салааралық кәсіпорындары, инженерлік, коммуникациялық және телекоммуникациялық байланыстар мен құрылыстар кіреді.

Қазіргі кезеңдегі туризм инфрақұрылымының негізгі мақсаты – туризм саласына қызмет көрсету, оның даму үрдістерін қарастыру.

Сонымен қатар туризм инфрақұрылымы – туристік индустрияның негізгі бөлігі. Ал, туризм индустриясы – туристерді орналастыру құралдарының, көліктің, қоғамдық тамақтандыру объектілерінің, ойын-сауық объектілері мен құралдарының, танымдық, сауықтыру, іскерлік, спорттық және өзге де мақсаттағы объектілердің, туристік қызметті жүзеге асыратын ұйымдардың, сондай-ақ экскурсиялық қызмет және гидтер (гид-аудармашылар) қызметін көрсететін ұйымдардың жиынтығы.

Туристік индустриядағы қызмет көрсету түрлері:

- 1) турлар ұсыну жөніндегі қызмет көрсету;
- 2) тұратын орындар беру жөніндегі қызмет көрсету;
- 3) тамақтандыру жөніндегі қызмет көрсету;
- 4) ақпараттық, жарнамалық қызмет көрсету;
- 5) көлік қызметін көрсету;

6) ойын-сауық;

7) өзге де туристік қызмет көрсетулер.

Сонымен қатар туристік индустрияда көрсетілетін қызметтер экспорты мен импортының анықтамасы:

1) Қазақстан Республикасының аумағына келу туризмін ұйымдастыруға байланысты туристік қызмет көрсету - экспорт болып табылады.

2) Басқа елге шығуға байланысты туристік қызмет көрсету туристік қызмет көрсету импорты болып табылады.

Қазіргі кезеңдегі туризм инфрақұрылымына байланысты туристік қызметтің субъектілері мен объектілерінің анықтамасы:

1. Туристік қызмет субъектілеріне:

1) туристік операторлар (туроператорлар);

2) туристік агенттер (турагенттер);

3) гидтер (гид-аудармашылар), туризм нұсқаушылары, экскурсоводтар;

4) туристер және олардың бірлестіктері;

5) экскурсанттар;

6) туристік қызмет саласындағы өзге де бірлестіктер;

7) туристік қызмет саласындағы қоғамдық қатынастарды реттейтін мемлекеттік органдар жатады.

2. Туристік қызмет объектілеріне – табиғи объектілер және табиғи-климаттық аймақтар, көрікті орындар, тарихи және әлеуметтік-мәдени көрсету объектілері және саяхат кезінде туристердің қажеттерін қанағаттандыра алатын өзге де объектілер жатады.

Туризм инфрақұрылымының құрамдас элементтері:

- материалдық-техникалық базаның жалпы мінездемесі;

- орналастыру қызметі;

- тамақтандыру базасы;

- транспорттық-коммуникациялық база;

- туристік транспорт дамуының мәселелері мен тасымалдаудың негізгі түрлері, телекоммуникациялық жүйелері, тұрмыстық және инженерлік коммуникациялар;

- бағынышты кәсіпорындар;

- туризм саласының өндірістік объектілері;

- жалпы қолдану объектілері.



1-сурет. Туризм инфрақұрылымының деңгейлері

Туризм инфрақұрылымы 3 деңгейден тұрады, ол 1-суретте бейнеленген:

Өндірістік және әлеуметтік туризм инфрақұрылымының құрамдас бөліктері: тұрғын және коммуналдық шаруашылық, денсаулықты сақтау, туризмдегі материалдық-техникалық база, туристерді орналастыру құралдары, көліктік-коммуникациялық база, телекоммуникациялық жүйелер, тұрмыстық және инженерлік байланыстар, шектес база, туристік сфераның өндірістік объектері, дене шынықтыру және спорт, бөлшек сауда, қоғамдық тамақтандыру, туризмдегі тұрмыстық шаруашылық, білім беру жүйесі, мәдени мекемелер, ғылым және тағы басқалары. Туризм инфрақұрылымы қазіргі таңда халықаралық қызмет саудасының қарқынды дамып келе жатқан түрі болып табылады.

Қазіргі кезеңдегі туризм саласындағы міндеттер:

- Қазақстанның дүниежүзілік туристік ұйымның атқарушы кеңесіне қабылдануы үшін шаралар қолдану;

- туризм инфрақұрылымын дамыту және қазіргі туризмнің материалдық базасын жаңарту мақсатында шаралар қабылдау және жаңа туристік объектілердің құрылысын бастау;
- Қапшағай және Шу аймақтарында туристік орталықтар құрудың аралас жобалық құжаттарын жасап шығару;
- Маңғыстау облысындағы туризм саласын дамытудың мастер-жобасын және оның жүзеге асырылуы мақсатындағы іс шаралар жобасын дайындау;
- Каспийдің өн бойында жағажайлық және круиздік туризмді дамыту;
- «Байқоңыр» ғарыш аймағындағы туризмді дамыту мақсатындағы іс шараларды ойластыру;
- Түркістан қаласының туристік инфрақұрылымын дамытумен қатар Оңтүстік Қазақстан облысындағы Ұлы Жібек жолы бойындағы мәдени танымдық және діни туризмді дамыту;
- ұлттық саябақтардағы экологиялық туризм дамуының шарттарын жасау;
- туризм статистикалық көрсеткіштерін жақсарту;
- ішкі туризм мен мектеп оқушыларының патриоттық тәрбиесінің негізгі факторы болып саналатын жас өспірімдік туризмді дамыту мақсатында шаралар қабылдау.

2. Туризм ұлттық экономиканың перспективалы саласы ретінде. Туризмдегі қызмет көрсету саласының жалпы даму үрдістері

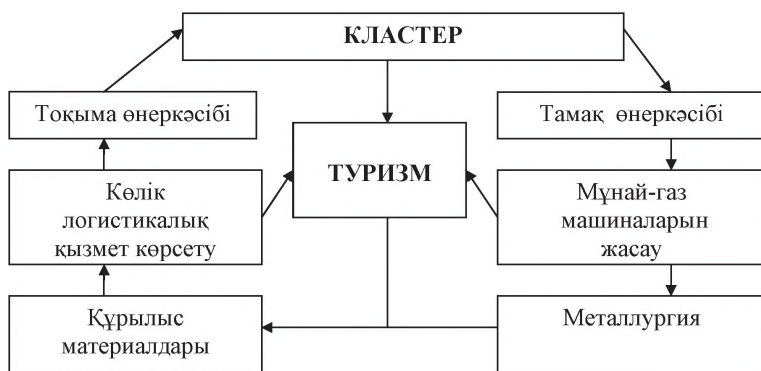
Қазіргі кезде әрбір жетінші жұмыс орны туристік бизнеске тиесілі. БТҰ болжамдары бойынша 2010 жылы халықаралық туристік сапарлар саны 937 млн. санына жетсе, ал туризмнен түскен пайда 1,1 трлн долларды құрайды, 2020 жылы турист болып келушілер 1,6 млрд адам болады, яғни бұл 2000 жылдың көрсеткіштерінен 3 есе жоғары. Болжам бойынша, 2010 жылы турист-келушілер саны 1 млрд адамнан асып түседі. Оның ішінен 1,18 млрд адам өз аймақтарының төңірегінде саяхаттаса, 377 млн. адам ұзақ сапарлар шегетін болады. Туризм инфрақұрылымындағы жұмыс қазіргі кезде ең кең тараған жұмыстардың бірі болып табылады. Әртүрлі статистикалық мәліметтер бойынша, туризм

инфрақұрылымында 220-250 млн адам жұмыс істейді. БТҮ болжамы бойынша, бұл көрсеткіш 2020 жылға қарай екі есе өспекші.

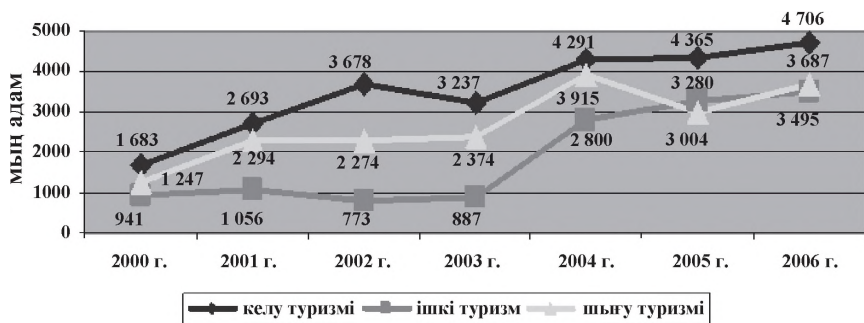
Туризм инфрақұрылымы бүкіл елдің экономикасына ықпал етеді. Туризм саласындағы шаруашылық ететін субъектердің жұмыс істеуі жол транспорты, сауда, коммуналдық-тұрмыстық, медициналық қызметтермен тығыз байланысты. Яғни, туризм экономикалық секторлардың жартысынан көбінен артық мультипликаторлық эффектісі жоғары.

Елімізде туристік қызмет экономиканың жаңа дамып келе жатқан кластері болып табылады. Осыған байланысты Қазақстан Республикасының Президенті Н. Ә. Назарбаевтың «Қазақстан экономикалық, әлеуметтік және саяси жедел жаңару жолында» атты халыққа Жолдауында: «...біздің қолымызда нарықтық туризм, мұнай-газ машиналарын жасау, тамақ және тоқыма өнеркәсібі, көлік-логистикалық қызмет көрсету, металлургия және құрылыс материалдары сияқты салаларда кемінде 5-7 кластерін жасау мен дамытудың жоспары болуы керек. Ел экономикасының шикізаттық емес салалардағы ұзақ мерзімдік мамандануын, міне, солар айқындайтын болады...». Демек, Қазақстанда туризмді кластер ретінде дамытудың негізгі мақсаты – халықаралық туристік нарыққа еніп, экономика секторы ретінде жұмыс істейтін, бәсекеге қабілетті, жоғары маманданған кешен құру болып табылады (2-сурет).

Қазіргі кезде елімізде кіру және шығу туризмі қарқынды дамып келе жатыр, оның негізгі себептері – жағымды жағдайдың



2-сурет. Туристік қызмет экономиканың дамушы кластері



3-сурет. Қызмет көрсетілетін туристер саны

болуы мен Бүкіләлемдік сауда ұйымына снуі және халықаралық аренадағы іскерлік сапарлар мен туристік жәрмеңкелер санының өсуі болып табылады (3-сурет). Жылдық туристік жәрмеңкелердің бірі «Туризм және саяхаттау» жәрмеңкесі болып табылады. Ең негізгі итермелейтін факторлардың бірі – Астана мен Алматы қалаларында өтетін 2011 жылғы Азия ойындары болады. Бұл Қазақстан елінің имиджін қалыптастыратын басты факторлардың бірі.

Азия ойындары 2009 жылы салынған 30 мың орынды стадионда Астана қаласында өтпекші. Мұнда 14 спорт түрінен жарыстар өтеді. Осы жарыстың жалпы бюджеті 1 млрд доллардан асады деп жоспарлануда. VII Азия ойындарын өткізу мерзімі – 2011 жылдың 30 қаңтарынан 6 ақпанға дейін.

Соңғы жүргізіліп жатқан іс-шаралардың нәтижесінде Қазақстан туристік өнімді ұзақ уақытқа жылжытуға тырысып отырғанын көруге болады. Қазақстанның бәсекеге қабілетті елу елдің қатарына кіруіне туризм саласы елеулі үлесін қосып, ұлттық экономиканы дамытудағы басты факторы болып отырғанын түсіну қажет.

Соңғы он жылдағы туризмнің қызмет көрсету сферасының даму тенденцияларына мыналар кіреді:

- халықаралық және ұлттық инвестициялар;
- транспорттық жолдар мен қызмет көрсету объектерінің құрылысы;
- халықаралық жүйелердің құрылуы (қонақүйлер, мейрамханалар, ойын-сауық орталықтары);

- кіші кәсіпкерліктер жүйелерінің дамуы;
- жаңа компьютерлік технологиялардың енгізілуі.

Қазіргі кезде туризм саласында Қазақстанның инвестициялық тартымдылығын жоғарылату және экономиканың туризм секторына инвесторларды қызықтыру және инвестицияларды тарту жұмыстары жүргізіліп отыр.

Бүгінгі таңда жергілікті атқарушы органдардың берген көрсеткіштеріне сәйкес инвестициялық жобалардың біртұтас ақпараттық базалары ұйымдастырылған, олардың ішіндегі 106 жоба туристік салаға байланысты.

Туристік индустрияға инвестиция тарту туралы мемлекет саясатын жүзеге асыру барысында, туризм саласына инвестициялық жобалардың өзектісін таңдау үшін туризм және спорт саласында, өкілетті органдармен комиссия құрылды. Оның құрамында «Самұрық – Қазына» ұлттық Фонды АҚ, «Қазақстанның даму Банкі» АҚ және «Даму» кәсіпкерлігінің даму фонды» АҚ бар. Олар бүгінгі таңда бес отырыс өткізіліп, соның нәтижесінде 34 жоба қарастырылған (4-сурет).



4-сурет. Инвестициялық жобалардың қарым-қатынасы

Қонақүй желілерін, автокөлік жолдарының реконструкциясын, Ұлы Жібек жолының және т.б. маңызы бар туристік маршруттардың бойына керуен – сарайлар салуға көптеген жағдайлар жасалады.

Еліміздің Өкімет органдарының және елбасымыздың қолдауымен Маңғыстау, Ақмола, Алматы облыстарында әлемдік деңгейдегі қазіргі заманға сай көп функцияналды туристік орталықтардың тұжырымдамасы жасалған.

Туризм саласындағы кәсіпкерлікті және туристік саланы дамытуға бағыттылған іс-шараларды еліміздің министрліктері мен өкіметтері қабылдады.

Қазақстан Республикасының Қаржы министрлігімен «Кәсіпкерлік қызметпен айналысатын жеке азаматтардың салық салу режимін жеңілдету» туралы қаулы қабылданды. Қаржы министрлігінен туристік-экскурсиялық қызметтерге қосалқы құн салығы, туристік қызметті экспорттауға бюджеттен кеткен қосалқы құн салығын қайтару бөліміне жеңілдік жасауға, еліміздің салық заңдарына өзгертулер енгізуге ұсыныстар жасалған.

Қазақстан Республикасының статистика агенттігінің мәліметтері бойынша республикамызда 1029 туристік фирмалар, 53 жеке кәсіпкерлер және 1055 қонақүй кәсіпорындары қызмет атқаруда. Туристік фирмаларда жұмыс істейтін қызметкерлер саны 22 819 адамды құрайды. Сондай-ақ, көрсетілетін қызметтердің жалпы көлемі өсіп, 29,5 млрд теңгені құрайды.

Сонымен, елімізде туристік индустрияны дамыту үшін нормативтік – құқықтық база құрылған. Туризм және Спорт министрлігінің және Ұлттық компаниялар қатысуымен «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет», «Туризмнің даму концепциясы» туралы түрлі заңдар қабылданды.

2006 жылы 2007-2011 жж. Қазақстан Республикасындағы туризмді дамытуға арналған мемелекеттік бағдарлама қабылданып, онда еліміздегі туризмнің экономикалық дамуына шолу жасалып, туризмнің әлсіз және күшті жақтары анықталды. Бағдарламада қарастырылатын мәселелер: туризм саласының тұрақты дамуының мәселелері, туризм инфрақұрылымын дамыту шаралары, қызмет көрсету сферасындағы туристік қызметтерді ұсынатын орта және шағын бизнесті дамыту мәселелері,

сондай-ақ туризм индустриясының инфрақұрылымын дамыту мақсатындағы туристік сала субъектілерін қаржыландыру және несиелендіру жағдайлары және т.б.

Мемлекеттік бағдарламаның мақсаты – халықты еңбекпен қамтитын бәсекеге қабілетті туристік индустрияны, мемлекет кірісінің тұрақты өсуін және кіру мен шығу туризмінің көлемін жоғарлатуды қалыптастыру.

Қойылған мақсаттарға сай бірінші ретгі тапсырмалар:

- туризм инфрақұрылымын дамыту;
- туризмді қолдау және мемлекеттік бақылау механизмінің тиімділігін қалыптастыру;
- мемлекеттің туристік имиджін қалыптастыру;
- туристік потенциалды жоғарылату.

1-кесте. Қазақстандағы туризм саласының негізгі көрсеткіштері

Көрсеткіштер	2005 ж.	2006 ж.	2007 ж.
Келушілерге көрсетілген қызметтер саны/мың адам (барлығы)	10649,0	11889,6	13787,6
Кіру туризмі	4365,0	4706,7	5310,6
Шығу туризмі	3004,0	3687,9	4544,4
Ішкі туризм	3280,0	3495,0	3932,6

Мемлекеттік бағдарламаны іске асыру барысында келесі нәтижелерге қол жеткізіледі:

- туристер келуінің тұрақты өсімі:

Бірінші кезең (2007 – 2009 жж)

- сыртқы-ішкі туризм – 2007 жылы 3,4 млн турист және 2009 жылы 4,0 млн турист;

- шығу туризмі - 2007 жылы 4,5 млн турист және 2009 жылы 9,5 млн турист;

Екінші кезең (2010 – 2011 жж):

- ішкі туризм - 2010 жылы 4,1 млн турист және 2011 жылы 4,5 млн турист;

- сыртқа шығу туризмі - 2010 ж. 7,0 млн турист және 2011 жылы 9,5 млн турист.

Бір шетел турисі өзі болған туристік ел бюджетіне орташа мөлшермен бір келгенде 63 500 теңге түсім түсірген жағдайда, 2007- 2011 жж. аралығында сыртқа шығу туризмі 603,2 млрд

теңгені құрайды деген болжам бар. Нәтижесінде, мемлекеттік бағдарлама кешені ұсынған шараларды іске асыру мемлекет азаматтарының және шетелден келетін туристердің арқасында келушілер санының көбеюіне әкеледі.

3. Туризмдегі салалық мәселелерді тиімді шешу үшін келесі қағидаларды қолданған жөн:

- туризм индустриясын құрайтын сараптамаға кешенді көзқарас;

- туристік инфрақұрылымды дамыту бойынша туристік сферадағы туристік кәсіпорындар және ұлттық туристік әкімшіліктер қызметтерінің тәжірибесін қолдану;

- ұлттық туристік нарықты есепке ала отырып, Қазақстан Республикасының туризм инфрақұрылымының дамуын бағалау;

- инфрақұрылымның дамуы және осы процесті тежейтін факторларға тәжірибелік сараптама жасау;

- туристік инфрақұрылым кәсіпорындар типтері арасындағы ішкі байланыстарының көрінісі;

- шетел тәжірибесін қолданып, инфрақұрылым объектілерінің базасын құру.

Қорытынды:

1-тақырып бойынша мынадай қорытынды жасауға болады. Мемлекеттегі туризм дамуының ұзақ мерзімді стратегиясын таңдау, келер жылдың мақсаттары мен талаптарын анықтау, іс-әрекеттер жоспарын ұйымдастыру - өте күрделі мәселе. Барлығын қадағалау мүмкін емес және болашақта туындайтын мәселелердің де алдын алу қиын. Дегенмен, қабылданған ұзақ мерзімді дамыту бағдарламасы туризм индустриясының дамуына бағышталған күштердің шоғырлануына арналған. Елбасымыз Нұрсұлтан Назарбаевтың жолдауында айтылғандай, «...егер де күнделікті энтропияны жеңбесе, барлық күш-жігерді алға қойған мәселелерге жұмсамаса, алға қойған тапсырмаларда қатаңдық, тәртіп және жауапкершілік танытпаса кез келген даму жоспары сақтандырылмайды...». Бұл айтылғандар туризм сферасына, сонымен қатар басқа салаларға да тиісті.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Туристік қызмет туралы: Заң актілерінің жиынтығы. – Алматы: ЮРИСТ, - 2007. – 32 б.

2. Балабанов И.Т. Экономика туризма: Учебное пособие - М.: Финансы и статистика, 2000 г. - 316 б.
3. Квартальнов В.А. Туризм: Учебное пособие: - М.: Ф
4. Вестник КазНУ. Серия географическая 2004, №1 (18).
5. 2002-2011 жж. Арналған туризмді дамыту бағдарламасы.
6. ҚР Туризм және спорт министрлігінің ресми сайты - www.mts.gov.kz

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өзіндік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

- 1) Инфрақұрылым деген не? Туризм инфрақұрылымы деген не?
- 2) Әлеуметтік және өндірістік инфрақұрылымның арасындағы айырмашылықтарды атаңыз.
- 3) Туризм инфрақұрылымының құрамдас элементтеріне не жатады?

Репродуктивті деңгей:

- 1) Қазақстан инфрақұрылымы дамуының мәселелері қандай?
- 2) Не себепті Қазақстан инфрақұрылымын дамытуға шетел инвесторларын тарту керек?
- 3) Қазақстандағы туризмді дамыту үшін қандай іс-шара іске асырылып жатыр?

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

- 1) «Қазақстандағы инфрақұрылымның болашақта даму мәселелері» тақырыбына баяндама дайындау;
- 2) «Өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылым» тақырыбына презентация дайындау;
- 3) «Өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылым» тақырыбына жазылған аннотация жазу.

Шығармашылық деңгей:

- 1) «Туризм инфрақұрылымы» тақырыбына сөзжұмбақ жасау;
- 2) «Әлеуметтік және өндірістік инфрақұрылымның өзара байланысы» тірек-сызба жасау;
- 3) Қазақстандағы туризм инфрақұрылымына SWOT-талдау жасау.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Өндірістік және әлеуметтік туризм инфрақұрылымы, олардың міндеттері және құрамының элементтері

Мақсаты: туризм инфрақұрылымының негізгі сипаттамасы мен мәнін білу, оның халықаралық экономикада алатын орны мен жалпы даму тенденцияларына байланысты дебат өткізіп талқылау.

1) 2 адамнан тұратын топ құру. Дебаттың тақырыбы: «Қазақстандағы инфрақұрылымды дамытуға тартылатын инвестициялардың кемшіліктері мен артықшылықтары»;

2) дебатка студенттердің белсенді қатысуы, барлық сұрақтар мен мәселелерді кешенді талдау;

3) дебатты қорытындылау.

2-тақырып. Туризм дамуындағы туристік инфрақұрылымның рөлі

Мақсаты: Туризм дамуындағы туристік инфрақұрылымның мағынасын ашу. Туристік инфрақұрылымның рөлін, туристік сұраныстың, ұсыныстың, туристік өнімнің ерекшеліктерін және оның негізгі мінездемелерін оқу.

Жоспар:

1. Туристік индустрия және туристік инфрақұрылым түсініктерінің қатынастары.

2. Туристік жүйенің құрылымы.

3. Туристік индустрияда туристік инфрақұрылымның орны және рөлі.

4. Туристік өнімнің ерекшеліктері.

5. Қазақстандағы және Ресейдегі инфрақұрылымның даму деңгейінің салыстырмалы сипаттамасы.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: туристік индустрия, туристік өнім, туристік нарық, туристік сұраныс және ұсыныс.

1. Туристік индустрия және туристік инфрақұрылым түсініктерінің қатынастары

Туризм инфрақұрылымы – туристік индустрияның негізгі бөлігі болып табылады. Ал, туризм индустриясы дегеніміз – туристерді орналастыру құралдарының, көліктің, қоғамдық тамақтандыру объектілерінің, ойын-сауық объектілері мен құралдарының, танымдық, сауықтыру, іскерлік, спорттық және өзге де мақсаттағы объектілердің, туристік қызметті жүзеге асыратын

ұйымдардың, сондай-ақ экскурсиялық қызмет және гидтер (гид-аудармашылар) қызметін көрсететін ұйымдардың жиынтығы.

Туристік индустриядағы қызмет көрсету түрлері: турлар ұсыну жөніндегі қызмет көрсету, тұратын орындар беру жөніндегі қызмет көрсету, тамақтандыру жөніндегі қызмет көрсету, ақпараттық, жарнамалық қызмет көрсету, көлік қызметін көрсету, ойын-сауық, өзге де туристік қызмет көрсетулер.

Белгілі бір туристік саланы қамтитын ұйымдардың жиынтығы, келесі негізгі белгілерімен ерекшеленеді.

- қызметтің біржақты түріндегі экономикалық ұйымдағы қарым қатынастық сандардың жеткілікті мөлшері.

- тұрақты экономикалық байланыстардың ұлттық экономиканың басқа салаларымен байланысы;

- шаруашылықты басқарудағы белгілі бір орган.

Бұл жағдайда, қазіргі таңдағы туризм индустриясы толығымен жоғарыда келтірілген мінездемелерге жауап бере алады. Туризм саласына сәйкес, жеке жиынтықты түсіну үшін, территориялық туристік шаруашылық бірліктің, мамандандырылған материалдық-техникалық базада орналасқан және кәсіпорындағы тауардың, туристік қызмет көрсетуді жүзеге асырудағы, қызметті және басқаруды бір бірлікке біріктіру.

Туристік рынок – туристік қызмет саласында тауарлар (жұмыстар, қызмет көрсетулер) және ақша айналысы. Ал туристік инфрақұрылымда нарықтық инфрақұрылым үлкен рөл атқарады. Ол – нарықтың жұмыс істеуін қамтамасыз ететін ұйымдар. Оларға биржалар, аукциондар, жәрмеңкелер, сауда ұйымдар, бөлшек сауда және көтерме сауда кәсіпорындары, жарнамалық – ақпарат агенттіктері, сақтандыру компаниялары, сауда – делдалдық фирмалар т.б. жатады. Соның ішінде туризм инфрақұрылымының шағын кәсіпкерлігі туристік индустрияда жұмыс істеу мен дамуының жалпы шарттарын қамтамасыз етуші құрылатын немесе пайдаланылатын ұйымдар кешені болып табылады. Ол меншікті ісін ұйымдастыруда жәрдем көрсетуді, маркетинг, инженеринг және менеджмент саласындағы ақпаратпен қамтамасыз етуді, шағын кәсіпкерлікті коммерциялық негізде материалдық техникалық, қаржы және басқа қорлармен қамтамасыз етуде қолдау көрсетуді қоса қамтиды.

Туристік қажеттіліктерді толығымен және жалпы қанағаттандыру, туристік индустрия объектілерінің және ұйымдарының, барлық жұмысының жабдықталған координациясының жиынтығын талап етеді.

2. Туристік жүйенің құрылымы

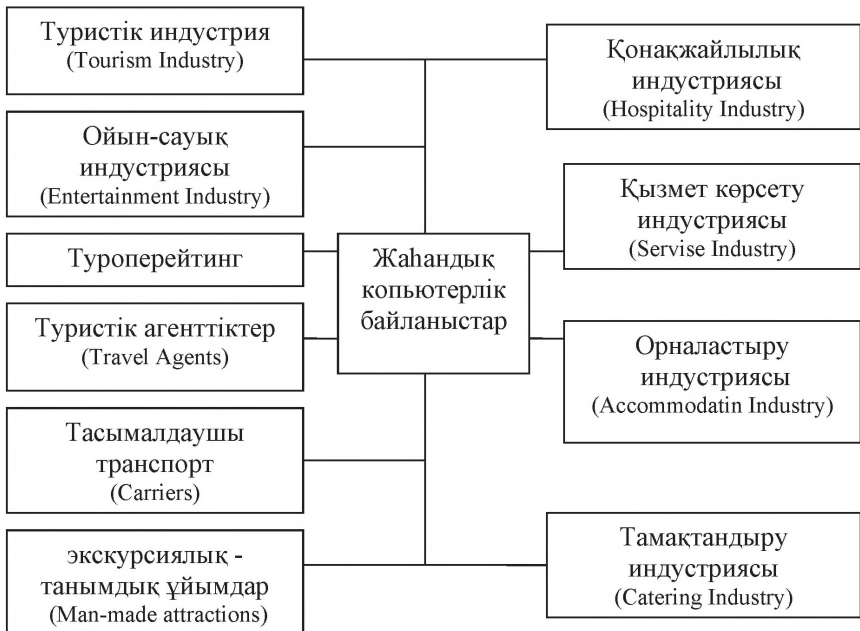
Туристік жүйенің құрылымын немесе өнеркәсіпті, кейінгі бейнеге қарап түсінуге болады (5-сурет).

1. Ойын-сауық өнеркәсібі, тuroператорлардың немесе турагенттердің қызметі, тасымалдаушы, мерекелік экскуриялық-танымдық ұйымдар (туризм өнеркәсібі).

2. Қонақжайлылық өнеркәсібі, қызмет көрсетудегі маңызды өнеркәсіптер, орналастыру өнеркәсібі, тамақ өнеркәсібі.

3. Жаһандық компьютерлік байланыстар

Қонақүй кәсіпорны барлық туристік өнімнің базасы болып табылады. Орналастырудағы қызмет көрсету барлық уақытта пакет құрамына кіреді. Ол тасымалдаушы саяхаттаудың негізгі



5-сурет. Туристік жүйе құрылымы

бір бөлігі болып табылады, себебі ол қоршаған ортадағы орын алмастырудың белгілерін көрсетеді.

Туроператорлар бұл – турды шығарушы туристік кәсіпорындар.

Туроператорларды инициативті және рецептивті деп бөліп қарастыруға болады. Инициативті туроператорлар – бұл туристерді шетелге жіберетін туроператорлар. Рецептивті туроператорлар – бұл туристерді мемлекет ішінде жоғарғы дәрежедегі қызмет көрсету жолдарын ойлап табады.

Турагенттер – бұл туроператорлар шығарған, турларды бөлшек байланыспен сатумен айналысатын кәсіпорындар.

Туроператорларды турагенттерден ерекшелетін туроперейтинг. Туроперейтинг – бұл туристік бағдарламаларды қайта өңдейтін турлар болып табылады.

Алдағы жылдарда интернет желісін қолдану – бұл түрөнімді жарнамалауда тиімді құрал болып табылады. Алғашқы және бәрінен де керекті турфирма сайтының негізгі бірінші қадамы осыдан басталады.

Ең атақты броньдау жүйесінің бірі «on-line» тізбегінде, бұл сайтта тіркеуден өтетін өкіл бір мезетте белгіленген мерзімде бос орындар туралы хабарлама алып, турға тапсырыс бере алады. Интернет желісіндегі негізгі жарнама түрлерінің бірі - баннерлік жарнама.

Информациялық технологиялар шетелде ертеден туризм саласында қолданылып келеді. Әлемнің ірі авиакомпаниялары тарапынан броньдау жүйесі енгізілген: Amadeus, Galileo, Sabre.

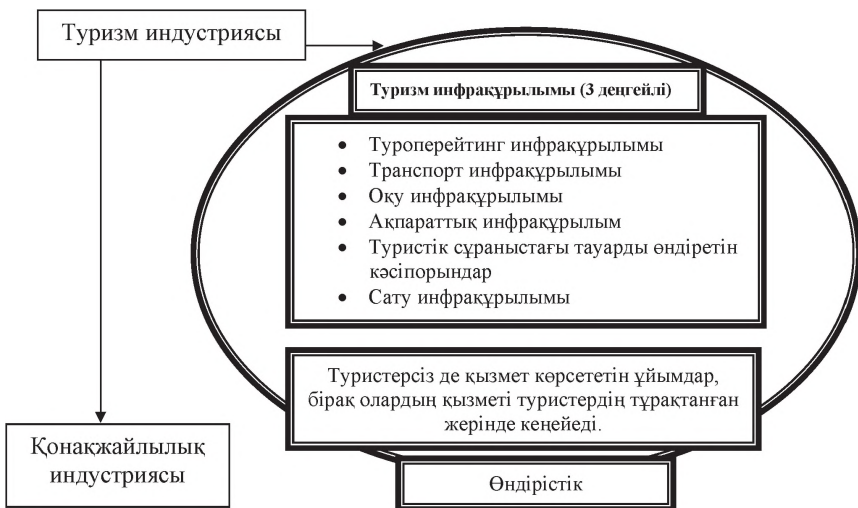
«Аэрофлот» фирмасының авиабилеттерін броньдау Gabriel (Габриэль) инвентарлы броньдау жүйесі көмегімен жүзеге асырылады, оның иесі америкалық гильдия SITA компаниясы болып табылады.

Көптеген мемлекеттерде жүргізілген экономикалық реформалар, жеке кәсіпкерлікті жүргізуге мүмкіндік ашты.

3. Туристік индустрияда туристік инфрақұрылымның орны және рөлі

Инфрақұрылым «туризмнің» әлеуметтік-экономикалық жүйесінің негізгі құрушы бөлігі болып табылады. Өз уақытында

сапалы және тұрғындардың толығымен қажеттіліктерінің қанағаттандырылуы үшін туризмде прогрессивті технологиялар, қорытынды нәтижені дұрыс бағдарлау және инфрақұрылымды тиімді басқару керек. Ол туризм индустриясының негізгі бөлігі (6-сурет).



6-сурет. Туризм инфрақұрылымы туризм индустриясының бір бөлігі

Инфрақұрылым элементтері әртүрлі дәрежелеріне байланысты классификацияланады. Қоршаған ортадағы критерийіне байланысты оны халықаралық, ұлттық, аймақтық, қалалық инфрақұрылым деп бөлуге болады.

Қызмет көрсету сферасының критерийінде технологиялық, басқарушылық және әлеуметтік инфрақұрылымды бөліп көрсетуге болады.

Уақыт факторы критерийінде (туристік өнімді алумен салыстырғанда) синхрондық, қорғаушы және артта қалушы инфрақұрылымды белгілеп көрсетуге болады.

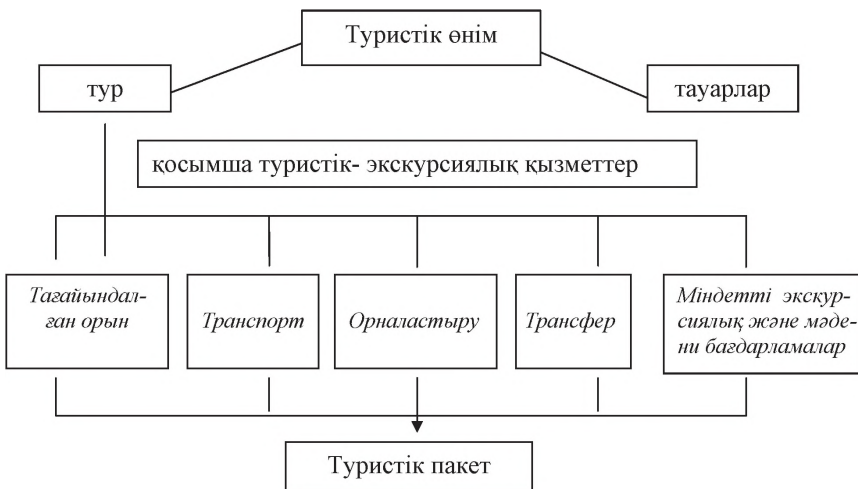
Туристік қорларға деген қолжетімділік, туристің орналасқан жеріндегі жайлылықты қамтамасыз ету, тағы басқа қызметтер инфрақұрылымның дамуымен байланысты.

Индустрияның дамуы ең алдымен, мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық жағдайының жақсарғанын көрсетеді, бұл ірі инвес-

тицияларды тартуға және мемлекетпен, кәсіпкерлерге ірі түсім әкелумен бейнеленеді.

4. Туристік өнімнің ерекшеліктері

Туристік өнім – саяхат барысында туристің қажетін қанағаттандыру үшін жеткілікті туристік қызмет көрсетулер жиынтығы. Туристік өнім үш элементтен тұрады: тур, қосымша туристік-экскурсиялық қызметтер, тауарлар. Туристік өнімнің құрамы келесі суретте қарастырылған:



7-сурет. Туристік өнім құрылымы

Туристік пакет – туристік өнімнің бөлігі, анығырақ айтатын болсақ, турдың негізгі бөлігі (тур көбірек туристік пакетке тең).

Тур – белгіленген мерзімдер шеңберінде белгілі бір маршрут бойынша жасалатын саяхатты қамтитын туристік қызмет көрсетулер кешені. Міндетті бағдарламалар – маршруттағы тур, турпакет және кешенді қызметтерді, туроператор туристік жолдама немесе ваучерлік құжаттар түрінде рәсімдейді, клиентке көрсетілетін қызметтердің барлығына турфирма тарапынан міндетті түрде кепілдік беріледі.

Тауарлар – туристік өнімнің спецификалық материалдық бөлігі, туристік жоспарлар, қала карталары, буклеттер, сувенир-

лер және туристік құрал – жабдықтар, т.б., ал туристік өнімнің спецификалық емес бөлігіне – тауардың көп бөлігі кіреді, мұндай тауарлар туристердің тұрғылықты тұратын жерінде өте қымбат немесе дефицит болады.

Туристік қызмет көрсету – өзінің туристік саяхаты кезеңінде және осы саяхатқа байланысты туристің қажеттерін қанағаттандыру үшін берілетін қажетті қызмет көрсетулер (орналас-тыру, тасымалдау, тамақтандыру, экскурсиялар, туризм нұсқаушыларының, гидтердің қызмет көрсетулері және сапар мақсатына байланысты басқа да қызмет көрсетулері).

Туристік экскурсиялық қызметтер – азаматтардың уақытша болатын елдегі туристік ресурстарды танымдық мақсатта аралап көруін ұйымдастыру жөніндегі кәсіпкерлік қызмет, ол туристерді орналастыру жөніндегі қызметті көздемейді және жиырма төрт сағаттан аспайтын мерзімді қамтиды. Сонымен қатар қосымша туристік экскурсиялық қызметке – ваучерлік немесе жолдамалық қызметтер ретінде қарастырылмаған, тұтынушының өзі тәуелсіз таңдау жасауына мүмкіндік береді.

Туристік ваучер – турдың құрамына кіретін қызметтерге туристің құқығын және олардың ақысы төленгенінің фактісін растайтын құжат.

Туристік өнімді ұсыну – туристік қызмет көрсетуге (жарна-ма, арнаулы көрмелер мен жәрмеңкелерге қатысу, туристік өнімді өткізу жөніндегі туристік ақпарат орталықтарын ұйымдастыру, каталогтар, буклеттер шығару және тарату) бағытталған шаралар кешені.

Қосымша қызметтер жолдаманың негізгі құнына кірмейді. Оларға жататындар: жалға алу, телефон, тұрмыстық қызмет көрсету, почта, валюта айырбастау, қосымша тамақтандыру, қоғамдық транспорттар, рент-кар, заттарды сақтау, ойын-сауық, орындарды броньдау, коммерциялық TV, видео, билеттерге тапсырыс беру, мини-барларды қолдану және т.б. Осындай қызметтер туристердің қосымша ақы төлеген кезінде көрсетіледі.

Туризмде өнім 2 түрде берілуі мүмкін. Біріншіден бір пакет-те туристерге сатылатын, қызмет көрсету топтамасы, кешендік қызмет. Туристік өнімді қабылдаушылардың ең алғашқылары тұтынушылар болып есептеледі.

Ол өндірушілердің қабылдауынан ерекшеленеді. Егер де жеткізушілерден олардың не өндіретіні туралы сұраса, тасымалдаушылар-транспорттық қызметтер, қонақүйлер – орналастыру қызметтері, тақырыптық саябақтар – ойын-сауық қызметтері және т.б деп атайды. Олардың барлығы үшін өнім негізгі қызмет көрсету түрі болып табылады. Екінші жағдайда туристік өнім турпакеттің қызмет көрсетудегі қосымша бөлігі болып табылады.

2-кесте. Туристік өнім ерекшелігі

Туристік өнім	
Материалдық қызметтер	Материалдық емес қызметтер
Қонақүй нөмірлері, жиһаздар, құрал-жабдықтар, тамақтану, транспорттық құрал-жабдықтар және т.б	Сервис, атмосфера, достық қарым-қатынас, қатыстық, инициатив және т.б
Туристік өнімді құраушы қызметтердің мүмкіндіктерін бағалау.	
Басқа орналастыру объектілеріне, транспортқа қарағанда шынайы, объективті, салыстырмалы, өлшеулі және т.б. «Қызмет-баға» жиынтығы клиенттерге түсінікті	Абстрактілі, субъективті,

Тауар мен қызмет көрсетуді бір-бірінен айыратын туристік өнімге, төрт түрлі мінездеме берілген: өндірістің бөлінбеуі және тұтыну, өзгертілуі және оны сақтай алмауы.

Туристік өнімді ұстап қала алмаушылық, туристік қызметтің белгілі бір бөлігі болып табылады, бірақ оларда нақты бір пішім болмайды. Оларды демонстрация жасауға, көруге немесе алғанға дейін татып көруге болмайды. Тауарды сатып алғаннан кейін, мұндағы қызмет көрсету бір затқа деген иелікті көрсетпейді. Сондықтан да қызметті сатып алып жатқан тұтынушыда сатушыға деген сенімділік үміті әрдайым болады.

Өндірістің бөлінбеуі және тұтыну, көптеген мамандардың пікірінше, қызметтерді нағыз қызмет түрінде және оның тауардан айырмашылығын көрсететін бірден-бір негізгі ерекшелігі болып табылады.

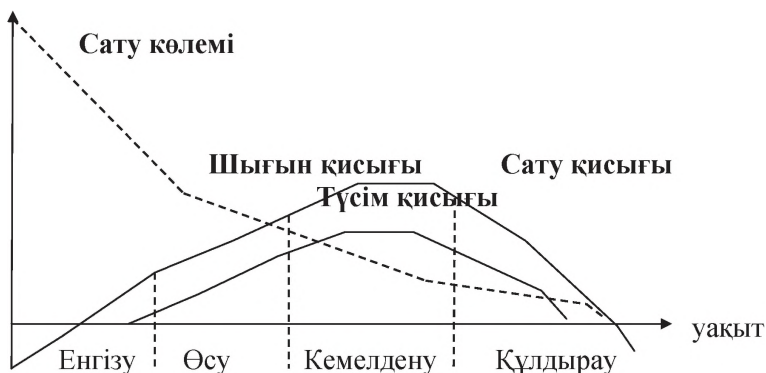
Өзгертілім – туристік қызметтің негізгі белгісі болып табылады. Туристік қызметтің сапасы оны кім, қашан, қайда

көрсететініне байланысты. Бір қонақүйлерде сервис жоғары дәрежеде ұйымдастырылған болса, ал екіншісінде жанында орналасқан, қызмет көрсетілімі өте нашар болуы мүмкін. Көбінесе жұмысшының жұмыс істеу деңгейінің нашарлығы, мамандығының төмендігінен, дайындығы және оқу үлгерімінің әлсіздігінен, менеджерлер тарапынан үнемі қолдаудың болмауы осыған себеп болады. Кейде қызмет көрсету сапасының өзгертілімі жұмысшының мамандығының жарамсыздығына байланысты, оның мінез белгісінің сәйкес келмеуі, кадрларды тағайындаған кезінде оларды дұрыс таңдау жасау мүмкіндігінің болмауы. Клиенттердің сұраныстарына байланысты әрбір тұтынушының ерекшелігі жекешілік қасиеттерінің жоғарғы дәрежесін түсіндіреді.

Сақтай алмаушылығы – туристік қызметтің кейінгі айрықша белгілері. Оларды өндіруге немесе қоймалауға болмайды. Жоллаушы тасымалдаушылар транспорты, түнеу үшін орналастыру құралдары кейінгі сатылым үшін өнеркәсіп және ауыл шаруашылық құралдары қолданылмайды.

Әрбір өнім, соның ішінде туристік өнім, өз даму сатысында төрт кезеңнен тұрады: нарыққа ену, өсу, кемелдену және құлдырау.

Енгізу – жаңа өнім пайда болатын нарықтың өмірлік циклінің бастапқы сатысы. Бұл сатылым көлемінің ең аз қамтылған бөлігімен сипатталады және маркетинг пен өндіріске үлкен шығындарға жұмсалатын сатысы болып табылады (жарнамаға кеткен).



8-сурет. Туристік өнім дамуының кезендері

Өсу кезеңі – бұл кезеңде тауардың жаңғыртылуы, жетілдіруі ұлғая бастайды, тұтынушылар тауарды жақсы біліп, сатып ала бастағандықтан оның өткізу көлемі жылдам өсе бастайды.

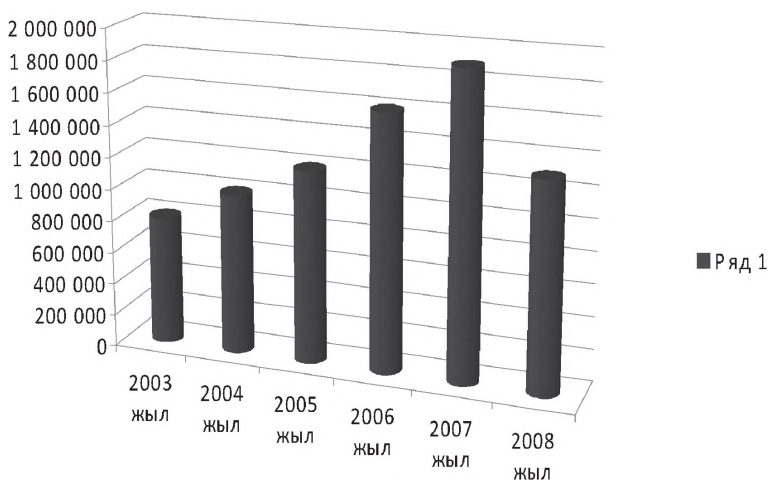
Кемелдену кезеңі – тауардың кемелдену кезеңінде алғашқы сұраныс төмендейді, кемелдену сатысы бойынша ТӨЦ-тің ең ұзақ кезеңі болып саналады. Бұл кезеңде нарық шектен тыс сегменттелген және өндіріс қуаттылығы толығымен қолданылады. «Сенімділік феномені» үлкен мағынаға ие, себебі танымал өніммен тағыда жүздесуге мүмкіндік береді.

Құлдырау кезеңі – технологиялық процесс әсерінен жаңа және айтарлықтай жетілген тауарлар пайда бола бастайды. Бұл кезеңде өндіріс қуаты біршама толық қолданылмайды, сұраныс пен пайда тұрақты түрде төмендейді. Құлдырау сатысында фирманың қызмет етудің бірнеше альтернативті нұсқалары болады. Біріншіден, ұсыныс көлемін қысқарту керек; екіншіден, өнімді жақсартып отырып оның нарықтағы жағдайын орнықтыру немесе өтімділік арналарын қарастыру керек; үшіншіден, өнімді шығаруды тоқтату.

5. Қазақстандағы және Ресейдегі инфрақұрылымның даму деңгейінің салыстырмалы сипаттамасы

Әлемнің көптеген елдерінде туризм саласы басты табыс көзі болып табылады және бұл тақырып Қазақстан үшін де маңызды, осы арқылы бұл саланы дамыту жоспарлануда. Ең бастысы осы сала бойынша жаңа экономикалық-әлеуметтік деңгейдегі туризмнің дамуын қамтамасыз ету. Қазіргі таңда транспорт пен технологияның дамуына байланысты адамзат баласы өте көп мөлшерде саяхаттауда. 2006 жылы Қазақстандағы туризм дамуының маңызды қадамы, мемлекет қолдауындағы бірден бір іс-шара ол - 2007 – 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламаның қабылдануы.

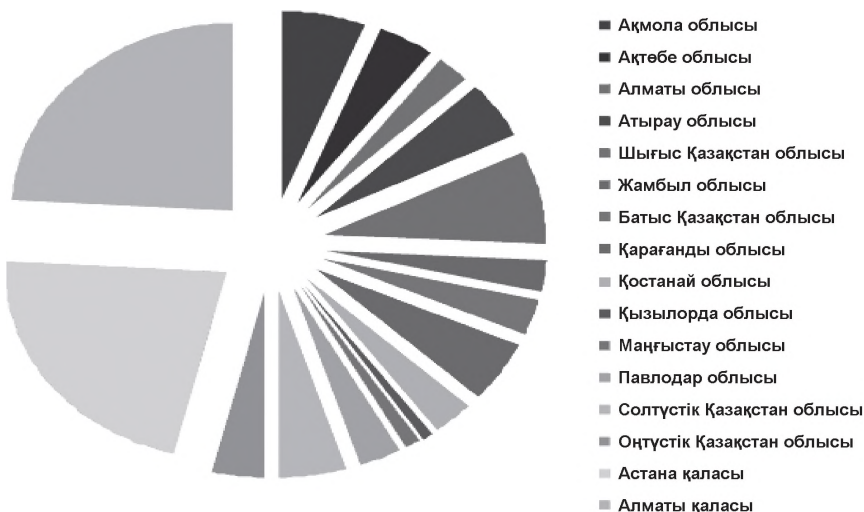
Қазақстан Республикасының Статистика агенттігінің деректеріне сүйенсек, есеп беру кезеңінде республикада 1029 туристік фирма және 53 жекеменшік кәсіпорындар қызмет көрсетеді. Қонақүй шаруашылығындағы кәсіпорындар саны 1055 бірлікті құрады және 27% көтерілді. 2007 жылдан бастап 1007 туристік фирма өз қызметін жүзеге асыруда. Қазақстандағы



9-сурет. Қазақстандағы орналастыру объектілерінің қызметін пайдаланған келушілер саны.

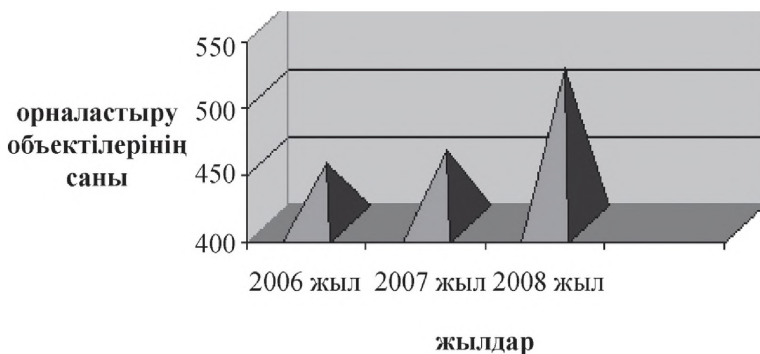
орналастыру объектілерінің қызметін пайдаланған келушілер саны 9-суретте көрсетілген.

Қазақстан облыстары бойынша орналастыру объектілерінің қызметін пайдаланған келушілер саны 10-суретте берілген:



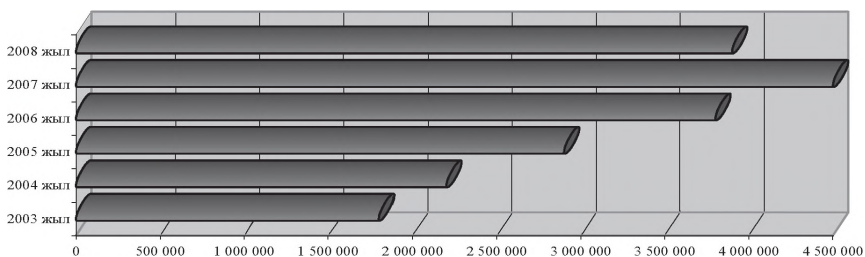
10-сурет. Қазақстан облыстары бойынша орналастыру объектілерінің қызметін пайдаланған келушілер саны

Сондай-ақ жалпы қызмет көрсету көлемі 29,5 млрд. теңгені құрап, өсті. Қазақстан Республикасының статистика Агенттігінің мәліметтеріне сүйенсек, 2006 жылы республикада орналастыру объектілерінің саны 465, ал 2007 жылы – 469, ал 2008 жылы – 528 объектіні құраған.



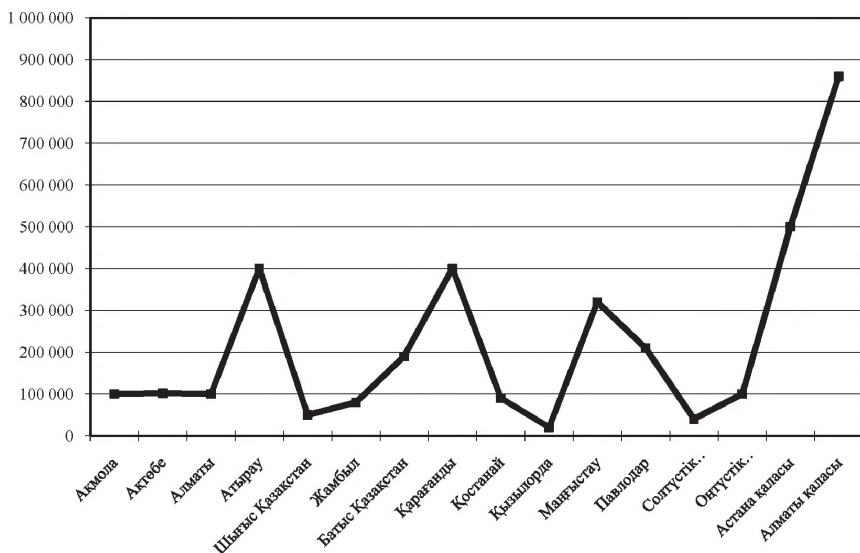
11-сурет. 2006-2008 жылдары Қазақстандағы орналастыру объектілері санының статистикасы

Қазақстан бойынша туристік фирмалар саны 2006 жылы – 921, ал 2007 жылы – 1007, ал 2008 жылы – 1163 қонақүйді құрады.



12-сурет. 2003 – 2008 жж. ҚР бір күндік жатын орындар

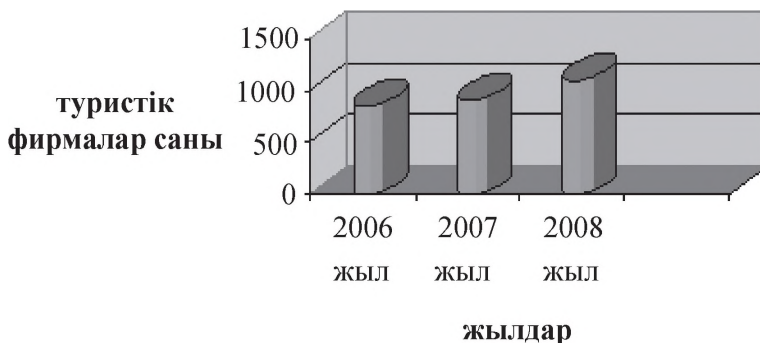
Ресейде жағдай мүлдем басқаша: қазіргі таңда Ресейде 6 000-ға жуық қонақүй бар, ал 2004 жылы 4 000 қонақүй болған екен. Туристерді орналастырудың өзге құралдарын есепке алғанда бұл сан 10000-ды құрайды. 2006 жылы қонақүйлерде, санаторий-курорттық мекемелерде және демалыс мекемелерінде тұрған Ресей азаматтарының саны 26,6 млн. адамды құрады, олардың ішінде қонақүйлерде – 16,4 млн адам.



13-сурет. 2003-2008 жылдары облыстар бойынша ұсынылған жатын орындар

Қонақүйлердің және сол сияқты орналастыру құралдарының жергілікті халыққа қызмет көрсету көлемі жылдан-жылға өсіп келеді және шектесетін салаларды есепке алғанда – 5,7%, жалпы инвестицияның жылдық өсімі 8,2% болғандағы туристік индустрияның негізгі капиталына инвестиция салу 12,1%-ды құрай отырып, жалпы жұмыс істеу мөлшерінің 1%-ын құрады.

Қазіргі кезге дейін Мәскеу мен Санкт-Петербург шетелдік туристер үшін негізгі транспорттық есік бола отырып, соңғы 2-3



14-сурет. Қазақстан Республикасында жұмыс атқаратын фирмалар саны

жылда бағалардың күрт өсуіне байланысты 75% халықаралық туристерді қабылдайды екен. Ал біздің еліміздегі кіру туризмі ағынының қысқаруы 2006-жылдан басталды. 2007 жылы «дема-лу мақсатында келген классикалық шетелдік туристердің» келуі 8%-ға қысқарды.

Қорытынды:

2-тақырып бойынша төмендегідей қорытынды жасауға болады. Туризм индустриясының дамуы (жол, қонақүй, курорттық кешендер құрылысы, жаңа рекреациялық аудандар құру) үлкен ақшалай салымдарды талап етеді және қаржыландыру көздері алуан түрлі (мемлекеттік құрылымдар, жеке мекемелер (отандық және шетелдік), халықаралық мекемелер, т.б.).

Туризм индустриясындағы өндіріс көлемінің өсуі экономиканың басқа салаларына беріледі, мысалы, табысы көбейтілген, сату айналымы кеңейтілген, жаңа жұмыс орындары құрылған, инвестициялық іс-әрекетпен айналысатын салалар. Алынған табыстың бір бөлігі мемлекетке салық түрінде түсіп отырады. Осындай тәсілмен жиналған қаражат болашақта туризм индустриясының дамуын қаржыландыруға, халықтың әлеуметтік қорғалмаған топтарына материалдық көмек көрсетуге, туристік қызмет көрсету сферасындағы персоналды дайындауға бағытталуы мүмкін.

Туризм индустриясы өзара байланысты салалардың жиынтығы мен ұлттық экономика өнімдерін сипаттайтын экономикалық категория ретінде қарастырылуы тиіс.

Әдістемелік нұсқаулар:

Дәрісті меңгеру үшін туристік индустрия, туристік инфрақұрылым және туристік өнім ұғымдарына ерекше назар аудару керек. Өйткені тақырыпқа байланысты осы ұғымдарға толығымен анықтамалар қарастырылған. Жұмыс барысында негізгі ұғымдарға көп көңіл бөліп, оларды терең түсінуге ерекше көңіл бөліңіз.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. «Туристік қызмет туралы заңы» Қазақстан Республикасының 13 мау-сым, 2001 ж. № 211-II
2. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе – М.: Кнорус, 2006. - 192 б.
3. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство - Томск.: ТПУ, 2005. – 152 б.
4. Чудновский А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство – М.: Юркнига, 2005. – 448 б.
5. Бородин В. В. Ресторанно-гостиничный бизнес – М.: Книжный мир, 2001. – 176 б.

6. *Патирян Г. А.* Менеджмент в индустрии гостеприимства – М.: Экономика, 2000. – 207б.

7. *Александрова А. Ю.* Международный туризм – М.: Аспект Пресс, 2004 г. – 464 б.

8. *Воскресенский В. Ю.* Международный туризм – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2006. – 255б.

9. *Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С.* –М.: КНОРУС, 2005.– 448 б.

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өзіндік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

Репродуктивті деңгей:

- 1) Туристік индустрия түсінігіне сипаттама беріңіз.
- 2) Туристік индустриядағы туризм инфрақұрылымының рөлі қандай?
- 3) Туристік өнім ерекшеліктеріне сипаттама беріңіз.

Репродуктивтік-тәжірибелік деңгей:

- 1) Туристік жүйе құрылымының элементтеріне талдау жасаңыз.
- 2) Қазақстандағы туристік инфрақұрылымның даму деңгейіне сипаттама беріңіз.

Шығармашылық деңгей:

- 1) Қазақстандағы туризм дамуының динамикасын бақылау.
- 2) «Қазақстандағы туристік өнім» немесе «Қазақстандағы туристік индустрияның даму перспективалары» тақырыптарына реферат жазыңыздар.
- 3) «Туризмдегі туристік инфрақұрылымның рөлі» сызбасын салу.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Туризм дамуындағы туристік инфрақұрылымның рөлі

Мақсаты: туристік индустрия түсінігін ашу. Туристік индустрияның ерекшеліктері мен негізгі сипаттарын, орналастыру құралдарын және объектілерін оқып білу.

Жоспар:

- 1) Туристік индустрия түсінігінің мазмұны.
- 2) Туристік индустрияның ерекшеліктері мен спецификасы.
- 3) Туристерді орналастыру құралдарының, транспорттың және объектілердің мәні.
- 4) Қазақстандағы туристік индустрияның дамуы.

Әдістемелік нұсқаулар:

Дәрісті меңгеру үшін туристік индустрия, туристік инфрақұрылым және туристік өнім ұғымдарына ерекше назар аудару керек. Өйткені, тақырыпқа байланысты осы ұғымдарға толығымен анықтамалар қарастырылған. Жұмыс барысында негізгі ұғымдарға көп көңіл бөліп, оларды терең түсінуге ерекше көңіл бөліңіз.

II б ө л і м

ТУРИСТІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМНЫҢ ҚҰРАСТЫРУШЫЛАРЫ

3-тақырып. Туризмнің материалдық-техникалық базасының жалпы сипаттамасы

Мақсаты: Туризмнің материалдық-техникалық базасының даму жолдары, Астана және Алматы қалаларының инфрақұрылымының негізгі бағыттарының сипаттамасын қарастыру.

Жоспар:

1. Туризмдегі материалды-техникалық базасының түсінігі және оны құрайтын элементтер.

2. Туристік инфрақұрылым құрамы. Туристік инфрақұрылымның функционалды белгісі бойынша құрылымы.

3. Астана және Алматы қалаларындағы туристік инфрақұрылым.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: материалды-техникалық база, транспорт, орын ауыстыру құралдары, инфрақұрылымдағы қосалқы сфера, коммуникация, темір жол коммуникациясы.

1. Туризмдегі материалдық-техникалық база түсінігі және оны құрайтын элементтер

Туристік шаруашылық субъектілерінің өз іс-әрекетін іске асыру үшін әртүрлі еңбек құралдары болуы керек. Туризмде қызмет ететін еңбек құралдарының жиынтығы оның материалды-техникалық базасын құрайды. Еуропада өткен қауіпсіздік және ынтымақтастық жөніндегі жиналыста материалдық-техникалық базаны (МТБ) жақсартудың кешенді тәсілдері қарастырылды.

Материалдық-техникалық базаның құрамына туристік ғимараттардың жүйесін, олардың техникалық жабдықталуын, транспорт құралдарын және басқа да негізгі қорды енгізеді. Ол ұйымдастырылған туризмнің дамуының негізі болып табылады,

ол туристерге толық кешенді қызмет көрсетуге қажетті жағдай жасайды.

МТБ-ның құрамына кіретіндер: туристік фирмалар (туроператорлар және турфирма), қонақүйлер, туристік базалар, тамақтану және сауда мекемелері, автотранспорт мекемелері, туристік құрал-жабдықтарды және инвентарды жалға беретін орындар, туристік жолдаманы сататын бюролар, туристік клубтар, станциялар және т.б.

Туризм материалдық-техникалық базасы экономикалық көзқарас тұрғысынан мекемелер мен кәсіпорындардың жиынтығын құрайды, олар келесідей бөлінеді:

бірінші ретте - қонақүйлер, турбазалар, пансионаттар және туристерді орналасырудың басқа да құралдары, ішкі маршрут транспорттары, арнайы байланыс бөлімдері, валюта айырбастау орындары және т.б., тек қана туристерге қызмет көрсетушілер;

екінші ретте - қалалық және халықаралық транспорттар, сауда-саттық кәсіпорындары, қоғамдық тамақтандыру, мәдени, коммуналды-тұрмыстық және басқа да тұрғылықты халыққа және туристерге қызмет көрсетушілер.

Туризм МТБ-ның негізгі құраушылары: орналастыру құралдары және транспорт құралдары. Транспорт туристік өнімнің ажырамас бөлігі және МТБ-ның маңызды құраушысы болып табылады.

Транспорт – адамдардың, жүктердің, сигналдар мен ақпараттардың бір орыннан екіншіге орын ауыстыруына арналған құралдар жиыны.

Транспорт термині латынның транс («арқылы»), portare («алып жүру») деген мағынасын білдіреді. Транспорт инфрақұрылымы қолданыстағы транспорт жүйесі және байланыс жолдарын (жолдар, темір жолдары, әуе коридорлары, арықтар, көпірлер, туннельдер, су жолдары және т.б.) құрамына енгізеді. Сонымен қатар, транспорт түйіндері және терминалдар, онда жүктерді және адамдарды бір транспорт түрінен екіншісіне ауыстырылуы жүреді (мысалы, әуеорттары, теміржол аядамалары және порттар). Транспорт құралдарына негізінен автомобиль, велосипед, автобус, поезд, тікұшақ жатады. Категорияларына байланысты транспорт келесідей бөлінеді: құрғақ жер, су, ауа.

Теміржол, су, көлік және автобус компаниялары туристік бизнеске белсенді түрде енуде. Транспорт компаниялары сол елге келуші туристерге автомобильді және теміржолдарды, ұшақтарды, тікұшақтарды, т.б. жалға беру қызметін ұсыну арқылы туризм саласына қатысуда. Транспорт түрлеріне қысқаша сипаттама берейік.

1. Жер транспорты

Жер транспорты келесідей бөлінеді:

- теміржол;
- автобус;
- автомобиль (сыйымдылығы 8 адамға дейін).

Құрғақ жер транспортының қозғалысы үнемі болатын тасымал кестесіне бағынуы керек, бірақ кестеден тыс тасымал болуы да мүмкін (арнайы туристік сапар, алыс чартерлік және экскурсиялық автобустық саяхат). Автобус транспорты туристерді алыс қашықтықтағы және бір күндік экскурсиялық саяхатты тасымалдауды қамтамасыз етеді. Автобустар трансферді ұйымдастырған кезде, туристер келген елдің ішкі маршрутымен жылжуы тиіс. Автобус транспорты орналастыру класы бойынша бөлінеді. Жатын орындары, асханасы, аудио-видеотехникасы бар жылдам экспресс-автобустар және т.б.

Теміржол тасымалы қызмет деңгейі мен бағасының тиімділігі, бағдарламаларының әртүрлі болуымен автобус тасымалының негізгі бәсекелесі болып табылады. Теміржол тасымалының 4 негізгі бағыты бар:

- қарапайым графиктік пойыздармен тасымал;
- қызмет көрсету деңгейі жоғары, жылдам магистральды поезддармен тасымал;
- арнайы туристік-экскурсиялық поезддармен тасымал;
- «Демалыс күні» поезддарымен тасымал;

2. Су транспорты

Су транспорты туризм индустриясында маңызды орын алады. Өзінің артықшылығының арқасында ол әлемдік жүк айналымының 60-70% ие. Су транспортына мыналар жатады:

- теңіздік;
- каботажды;
- ішкі су транспорты.

Қазіргі кезде су тасымалы нарығында круиздік сектор жоғары деңгейде дамыған, ол демалушы туристердің сұранысына ие.

3. Әуе транспорты

Әуе транспорты – өте жылдам, сонымен қатар өте қымбат транспорт түрі. Әуе транспортын пайдаланушы негізгі сала мың километрден асатын қашықтықтағы жолаушылар тасымалы. Жылдамдық, ыңғайлылық және салыстырмалы қауіпсіздігі әуе саяхатын туристік саяхат кезіндегі алдыңғы қатарға шықты.

Транспорт компаниялары мен ұйымдары – қазіргі заманғы халықаралық туристік нарықтың алға жылжытушы күші ретінде. Су транспорты компаниялары круиздар және экскурсиялар ұйымдастырады, темір жолдар туристік саяхатты жеңілдетілген тариф бойынша жасайды, автобус компаниялары өздігінен автобус экскурсиялары мен саяхаттарды ұйымдастырады.

Орналастыру құралдары – туристерге үнемі немесе кейде түнеуге бөлме ұсынатын объектілер. Орналастыру құралдарына пансионаттар, жиһазды бөлмелер, туристік жатақханалар, емдеу орындары, квартира тектес қонақүйлер, үйлер кешені немесе бунгало, кемпингтер және т.б. жатады

Бүкіләлемдік туристік ұйым (БТҰ) анықтамасы бойынша, **қонақүй** – ол, белгілі номер саны, бірыңғай басшылығы бар, қызметтер кешенін көрсетуші және кластар мен категорияларға қызмет көрсету деңгейі мен номерлерінің жасақталуына байланысты бөлінген ұжымдық орналастыру құралы.

Қонақүй кәсіпорындары орналасуы бойынша, қызмет жиынтығы және номерлерінің жабдықталуы бойынша бөлінеді. Орналасуы бойынша қонақүйлердің келесі категорияларын қарастыруға болады:

- орталық қонақүйлер;
- курорттық қонақүйлер;
- аэровокзалды қонақүйлер;
- жол бойындағы қонақүйлер;
- жүзіп жүруші отельдер (теңіз, өзен бойында);

- казино қарамағындағы отель.

Көрсетілетін қызметінің жиынтығы бойынша:

- бюджетті;
- экономикалық;
- бірінші класты;
- апартаменттер;
- фешенебельді.

Ең кең тараған классификация:

- жұлдыздар жүйесі, Францияда, Австрияда, Ресейде, Қазақстанда және басқа да халықаралық туристік алмасуға қатысатын елдерде қолданылады;
- әріптер жүйесі, Грецияда қолданылады;
- Ұлыбритания мен Испанияда қолданылатын, «тәж» немесе «кілт» жүйесі;
- разрядтар жүйесі және т.б.

Әр туристік маршрут бірінші кезекте орналастыру құралдарымен байланысты, сондықтан туризм материалды-техникалық базасының бірден-бір негізін қонақүй шаруашылығы құрады десек болады.

2. Туристік инфрақұрылым құрамы. Туристік инфрақұрылымның функционалды белгісі бойынша құрылымы

Туристік инфрақұрылым туризмді ұйымдастырудың негізі, туристік іс-әрекетті ұйымдастырудың базасы болып табылады. Туристік инфрақұрылым түсінігіне құрылыстар, ғимараттар, жүйелер, байланыс, туристік өнімді өндіруге тікелей қатыспайтын, бірақ туризм қызметі үшін қажетті (қоғамдық транспорттар, сауда-саттық мекемелері, байланыс, тамақтандыру, медициналық мекемелер, электр қамсыздандыру жүйесі, почта, телефон және т.б.) Туризм инфрақұрылымын құрушы элементтері:

- транспорт коммуникациялары;
- ақпарат коммуникациялары;
- аббаттандыру;
- әлеуметтік-мәдени инфрақұрылым.

Транспорт коммуникациялары

Коммуникациялар (лат. communication – ортақ етіп жасаймын, байланыстырамын) – байланыс жолдары, транспорт, байланыс, қалалық шаруашылықтың жер асты жүйесі.

Транспорт коммуникациясының негізгі түріне жатады:

1. Су коммуникациялары, оның құрамына: теңіз порттары, каналдар, көпірлер, теңіз вокзалдары, теңіз және өзен круиздері, жағажай инфрақұрылымы (құтқару станциялары, кабинкалар және т.б.).

2. Әуе коммуникациялары: әуе компаниялары, әуе порттары, авиациялық мұражай.

3. Автомобиль коммуникациялары: автомобиль жолдары, магистральдар, көпірлер.

4. Теміржол жолдары қатынастары, астарында арнайы байланыс құралдарының кешені түсіндіріледі: рельстік жолдар, оның жоғары құрылымының конструкциялары, автомат құрылғылары, телемеханика, байланыс, сигнализация, вагондар, локомотивтер және т.б. жатады.

Ақпарат коммуникациялары – екі құрамдасты біріктіреді, ол телефон байланысы және компьютерлік жүйе.

Телефон байланысы – ол массалық және оперативті байланыс түрлерінің бірі. Ол ақпарат алмасуды қамтамасыз етеді, бұның іске асуы үшін қазіргі заманғы дамыған телефон жүйесі және байланыс линиясы мен түйіндерді, біріктіруші телефон станцияларын, телефон аппараттарын біріктіреді.

Компьютер жүйелері – бұл жұмыс орындарының кешенді автоматизациясы, әртүрлі ақпараттық жүйелердің байланысы, заманды бағдарламалық өнімді қолдану, бірегей ақпараттық орталықтардың ұйымдасуы және т. б.

Қоғамдық транспорттар – бұл жиынтық транспорттық құралдарға, жолдың құралдары кіретін кешендер: рельстік жолдар, туннельдер, эстакадалар, көпірлер және жол сымдар, станциялар, тұрақ пункттері, тұрақтар үшін арналған орындар, депо, транспорт саябақтары, гараждар, сызықтық жабдықтар, диспетчерлік басқарулар және т. б.

Жарық – қаланың көріктенуінің маңызды элементі т.б. Ол қаланың бірегей жарықтық және көркем жағын құрады, ути-

литарлы және сәулетті-декоративтікке бөлінеді. Утилитарлы өзіне жолдардың әртүрлі жол белгілерінің, габариттердің жарықтандыру схемасын біріктіреді және ережелері мен нормалары болады.

Сәулеттік-декоративтік жарықтандыру ғимараттардың фасадын, ескерткіштерін, су атқыштарды, жарнамаларды және бірегей объектілерді ерекшелендіру үшін есте қаларлық бейнені жасау үшін қолданылады.

Сумен жабдықтау – халықты өндірісті транспортты сумен жабдықтау су құбыры арқылы іске асырылады. Су құбыры коммуналды және өндірісті болып бөлінеді. Сумен жабдықтау үшін судың табиғи көздері қолданылады: үстіңгі (өзен, көл, су қоймалар) және жер асты (грунт сулары, бұлақтар).

Канал жүргізу – бұл инженерлік құрылыс кешені, құрылғы және санитарлық іс-шаралар, пайдалану үшін: кірленген судың жиынтығы, тазалау және сарқынды суды өшіру, сарқынды суды су қоймаға жіберу, сарқынды суды елді мекен жоқ жерге жіберу. Канал жүргізу жүйелерінің құралына насосты станциялар, канал жүргізу құдықтары, ластанған сарқынды суды тазалауға арналған коллекторлар, тазалау құралдары, құбырлар және т. б.

Жылумен қамсыздандыру – тұтынушылардың коммуналдық-тұрмыстық (жылу, желдету, ыстық сумен қамту) және технологиялық қажеттіліктерін қамтамасыз ету. Жергілікті және орталықтандырылған жылумен қамту болып бөлінеді, жергілікті жылумен қамту жүйесі бір немесе бірнеше ғимаратқа қызмет көрсетеді және ошақтардың, су жылытуыштардың, су жылытқыш қазанды жылыту көзі ретінде қолданады. Орталықтанған жылумен қамту жүйесі тұрғын үй кешеніне немесе өндірістік ауданға қызмет көрсетеді және өзіне қазанның жылуын қосады, жылу электр станциялары, геотермальдік көзін, жылу желісін және жылу пайдалануды орналастыру.

Әлеуметтік-мәдени инфрақұрылым.

Инженерлік жүйедегі басқа туристік инфрақұрылымға әлеуметтік-мәдени сфераның объектері кіреді, тұрғылықты халықтық өмір сүруін қамтамасыз етуші және туристерге әртүрлі қосымша қызмет көрсетуші ұйымдармен қатар:

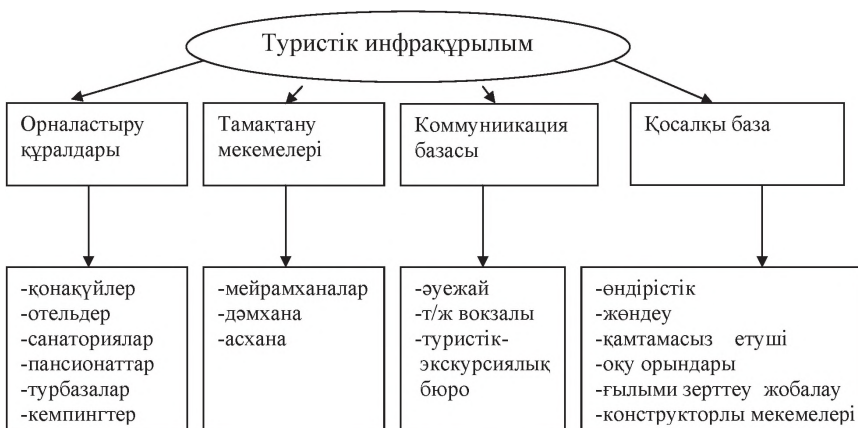
- қоғамдық тамақтандыру және сауда мекемелері;

- спорттық ғимараттар;
- оқу және медициналық мекемелер;
- мәдени-көрініс мекемелері;

Қоғамдық тамақтану мекемелері – бұл кулинарлық өнімдерін өндіретін, сататын және оны ұйымдастыратын тұтынушы мекемелер мен кәсіпкер азаматтарды біріктіреді.

Мәдени-көрініс мекемелерінің құрамына: мұражай, көрмелер, театрлар, концерт залдары, шығармашылық үйлері, фестивальдар, цирктер, филармониялар, түнгі клубтар, казино, биллиардтар және боулинг клубтар кіреді.

Астана және Алматы қалаларындағы туристік инфрақұрылымы



15-сурет. Туристік инфрақұрылымның дамуындағы қосалқы сала

Жоғарыда айтылып кеткендей туризм материалдық-техникалық базасы бірінші және екінші ретті болып бөлінеді. Сонымен қатар, бірінші және екінші ретті туристік мекемелердің қызметін қамтамасыз ететін, өндірістік жөндеу жұмыстары, квалификацияланған қызмет көрсетуші персонал дайындайтын оқу орындары, экскурсия жүргізушілер, гидтер, аудармашылар жобалау-құрылымдылық және т.с.с мекемелер мен кеңселер бар. Олар туризм инфрақұрылымының дамуындағы қосалқы саласы болып табылады.

Еліміздің туризм инфрақұрылымы дамуы үшін тұрақты ағылып келетін туристер мемлекеттік специфика есебінен ұлттық өнімдер қажет етеді:

- қоғамдық қолданатын және туристік қажеттілікті қамтамасыз ететін транспортты-жол инфрақұрылымының дамуы;

- қосалқы инфрақұрылымының дамуы: сумен, қуат көзімен қамтамасыз етуші канал жүргізу және қатты қалдықтарды жоятын жүйе қазіргі және әлеуеті туристік аймақтық телекоммуникация;

- туристік кешенді құру, этнографиялық мұражай және демалу аймағы;

- тарихи-мәдени және этнографиялық ескерткіштерді реставрациялау;

- жобаларды жасау және туристік объектілерді салу соның ішінде орта және кіші орналастыру құралдары олардың күні-түні қызмет етуін қамтамасыз ету.

Астана қаласы бойынша туристік қызметтің дамуы

Астана қаласының әлеуметтік-экономикалық өмірінде соңғы жылдары болған өзгерістер туризм саласында болған туризм саласындағы ұсыныстарды, нақты сұранысқа барынша жақындатып, кеңінен таралуына мүмкіндік береді. Біздің еліміздің қазіргі келбеті және инфрақұрылымы бар, жас астанасы ретіндегі қалаға өсіп келе жатқан қызығушылық туризм саласының көптеген көрсеткіштерімен расталады.

Астана қаласында 2008 жылдың 1 қаңтарына қала қонақтары мен тұрғындарына қызмет көрсеткен 61 туристік фирма және 96 қонақүйі жұмыс істеді. 2007 жылы қаланың туристік фирмаларымен және қонақүйлерімен 455,1 мың туристке қызмет көрсетілді, оның ішінде келу туризмі 92,4 мың адам, шығу – 26,4 мың адам құрады. Ең үлкен үлес салмақ ішкі туризмге тиесілі – 336,5 мың адам (73,9%). Қызмет көрсетілген туристер саны 2006 жылмен салыстырғанда 33,7% немесе 114,8 мың адамға көбейді. 2006 жылмен салыстырғанда 1,7 есеге өскен, бұл өсім негізінен келу туризмі есебінен болды.

Барлық туристік фирмалармен және жеке кәсіпкерлермен 66,2 мың адамға қызмет көрсетілді, оның ішінде туристік фирмалармен – 63,1 мың адамға, туристік қызметпен айналысатын жеке

кәсіпкерлермен – 3,1 мың адамға қызмет көрсетілді, осыған байланысты 15,4 мың жолдама сатылған. Туристік фирмалар арқылы сатылған жолдамалардың жалпы құны 1252,3 млн. теңге құрады. Туристік фирмалармен және туристік қызметпен айналысатын жеке кәсіпкерлермен, сондай-ақ қонақүйлермен ұсынылған жұмыстар, қызметтер көлемі 2007 жылы 9188,3 млн. теңге құрады. Туристік фирмалармен және туристік қызметпен айналысатын жеке кәсіпкерлермен ұсынылған жұмыстар, қызметтер көлемі 1823,3 млн. теңге, оның ішінде турдың бағасына кірмейтін визалық және экскурсиялық қызмет көрсету көлемі 185,5 млн. теңге, орындарды сақтап қою бойынша қызмет көрсету көлемі 1636,0 млн. теңге, басқалары – 1,8 млн. теңгені құрады.

3-кесте. 2007 жылы ұсынылған жұмыстар, қызметтер көлемі

Аймақтар	Барлығы	Туристік фирмалармен	Туристік қызметпен айналысатын жеке кәсіпкерлермен	Орналас-тыру нысандарымен	Келушілерді орналастырумен айналысатын жеке кәсіпкерлермен
Астана қаласы	9188296,3	1790476,9	32872,8	6947565,6	417381,0
Алматы ауданы	4740774,9	68160,3	-	4416851,6	255763,0
Сарыарқа ауданы	4447521,4	1722316,6	32872,8	2530714,0	161618,0

Мемлекеттік туризм инфрақұрылымын реттеу

Нақты өндірудің ыңғайын табу мақсатында және ортақ жүйелі туризм индустриясын дамытудың «2007-2011 ж. Қазақстан Республикасының туризмді дамыту мемлекеттік бағдарламасын» Қазақстан Республикасының Туризм және Спорт министрлігі ұсынады, ол Елбасының үкімімен өңделіп және 29 желтоқсан 2006 жылы (№231) бекітілген.

2007-2011 жылдарға арналған Қазақстан Республикасы туризм дамуының мемлекеттік бағдарламасы

Жоспарға сәйкес іс-шара «2007-2011ж. Қазақстан Республикасының туризмді дамыту мемлекеттік бағдарламасын» іске

асырылатын ішкі туризмнің дамуына елімізде түрлі іс-шаралар қарастырылуда.

- Алматы қаласы мен Алматы облысында (туризм инфрақұрылымы дамуына жағдай жасау, Қапшағай қаласында туризм және ойын-сауық индустриясының құрылысы туризм инфрақұрылымын құру және оның болашақта дамуына жағдай жасау АҚ «шекаралық халықаралық орталығы «Хоргос» қосалқы қызметтің құрылуы мақсатында істейді);

- Астана қаласы мен Ақмола облысында (қосалқы қызметтердің дамуына жағдай жасау Щученскі-Бурабай курорттық зонасында туризм индустриясы және ойын-сауықты дамыту, «Бурабай» ұлттық Табиғи саябағында экологиялық туризм инфрақұрылымын құру);

- «Шебер ауылы» этнографиялық кешен салу, «Шебер сарайы» көрме орталығы туризм орталықтарының әлемдік тәжірибесі көрсеткендей, туристерді елге көп келу жоғарғы деңгейде дамыған инфрақұрылымға байланысты.

Қаланың бірегей сәулеттілік көрінісі және қала маңындағы аймақтар туризм инфрақұрылымы арқылы сақталып және дамуын қажет етеді. Бұл ең бастысы сервис деңгейі әртүрлі отельдердің әлеуметтік-мәдени және спорттық, ойын-сауықтық объектілерді, қаланың және қала шетінің әдемі аудандарында демалыс зонасын салу, қаланы көгалдандыруды қалпына келтіру, байланыс құралдарының барлық түрін жақсарту және барлық объектілерге транспорттық тиімділікті қамтамасыз ету.

Алматының рекреациялық аймағының әсем табиғатымен шетел туристерінің келуін қамтамасыз етеді.

Ішкі туризм дамуы орналастыру орындарының жүйесінсіз мүмкін емес туристердің барлық деңгейіне және қажеттілігіне есептелген. Туристердің осындай кең категориясының қажеттілігін қанағаттандыру үшін арзанырақ отельдер, қонақүй және ыңғайлылығы төменірек кемпингтер. Толығымен әртүрлі типтегі туристік мекемелердің сыйымдылығы 2010 жыл 17,3 мың орынға жетуі тиіс соның ішінде тур базалар немесе қонақүйлер - 14,0 мың орын, мотельдер мен кемпингтер - 1,6 мың орын, жетім үйлер және аумалық балықшылар үйлері - 1,6 мың орын жазғыпалаталық қалашықтар - 0,1 мың орын.

Алматы қаласының транспорттық-коммуникациондық мүмкіндігі Алматыға ұшатын әуе жолының санын ұлғайтуды қажет етеді әуе, авто және темір жол вокзалдарының өткізу мүмкіндіктері.

Алматы қалалық қоғамдық транспорты ішкі туризмнің транспорттық негізі болып табылады. Техникалық жағдайы, жүргізушілердің профессионалдылығы мен мәдениет деңгейінің сапалы түрде жақсаруын қажет етеді.

Алматы қаласының маршрут жүйесі 125 маршруттан тұрады, оның ішінде 118 автобус, 9 троллейбус және 2 трамвай маршруты, онда жоспар бойынша 1875 автобус, 28 трамвай, 114 троллейбус жұмыс істейді, 5 жаңа маршрут салынған, 8 маршрут тиімсіз болған соң жабылған, 30 автобус маршрутының жүру жолының схемасы аздап өзгерген.

Алматы қаласының санаторийлері мен пансионаттары

«Ақ қайың» санаторийі

Санаторий Алатау тауының шатқалында, теңіз деңгейінен 1450 м биіктікте, Алматы қаласының маңындағы Каменское плато ауылында орналасқан. Санаторийдің емдік-профилактикалық профиліне: бронхит, астма, гастрит, гипертоникалық аурулар, остеохондроз, радикулит, холециститтер, невроздар, гинекологиялық аурулар жатады.

Емдеу кешеніне мыналар кіреді: қала сыртындағы бұлақтың суы мен минералды ванна, су асты душ массаж, механикалық массаж, парафин, тренажерлер, физио-процедуралар, жылдың жылы мерзімінде гелиоём, пирамидалық бөлмедегі демалыс орындары.

«Қарғалы» пансионаты

Қарғалы пансионаты Алматы қаласының экологиялық таза ауданында орналасқан. Пансионаттың үлкен аумағы және ағаштардың алуан түрлілігі, емделуге және шаршағанды кетіруге ықпал ететін микроклимат құрады. Пансионат теңіз деңгейінен 580-610 м биіктікте орналасқан. Аз жолдама бойынша кешенді ем қабылдай аласыз: жасанды ванна, аппаратты физиотерапия, жылы-ылғалды ингаляция, жылумен емдеу, классикалық массаж, бассейн, кардиолог, гинеколог, уролог кеңесі.

«Қазақстан» санаторийі

«Қазақстан» санаторийі АҚ Алматы қаласының оңтүстік-шығыс бөлігінде Іле Алатауының етегінде, теңіз деңгейінен 1080 м биіктікте орналасқан санаторийдің таулы климаты, айналадағы табиғаттың әсемдігі, жүйке жүйесі және жүрек ауруларына, тыныс алу жолдарының ауруларына, сонымен қатар, гинекологиялық және кардиологиялық ауруларға жағымды әсер етеді.

Алматы қаласының мәдени мекемелері мен концерттік ойын-сауық ұйымдары, кітапханалар, мұражайлар және т.б. ойын-сауық орындары төмендегі кестелерде көрсетілген.

4-кесте. Алматы қаласының мәдени мекемелері

№	Аты	Мекен-жайы, телефоны
Мемлекеттік		
1.	Абай атындағы мемлекеттік опера және балет театры	Қабанбай батыр көшесі. тел. 72-44-41, 72-84-45, 72-79-63
2.	Әуезов атындағы қазақ мемлекеттік академиялық театры	Абай даңғылы 103. Тел. 92-53-00
3.	Лермонтов атындағы мемлекеттік академиялық драма театры	Абай даңғылы 43. Тел. 67-31-45, 67-31-31
4.	Ғ. Мүсірепов атындағы қазақ мемлекеттік академиялық балалар және жасөспірімдер театры	Абылайхан даңғылы 38. Тел. 71-40-56, 71-38-12, 73-22-48.
5.	Н. Сац атындағы мемлекеттік академиялық балалар және жасөспірімдерге арналған орыс театры	Шаляпин көшесі 227. Тел. 21-43-10, 28-42-35.
6.	Мемлекеттік республикалық неміс театры.	Сәтбаев көшесі 64. Тел. 46-57-75, 46-57-74
7.	Мемлекеттік қуыршақ театры	Пушкин көшесі 63. Тел. 73-56-56, 73-69-21
8.	Мемлекеттік республикалық музыкалық комедиялық корей театры	Папанин көшесі 70/1. Тел. 95-56-27, 90-95-48
9.	Мемлекеттік республикалық музыкалық комедиялық ұйғыр театры	Наурызбай батыр көшесі 83. Тел. 61-18-17, 61-50-72

4-кесте. жалғасы

Мемлекеттік емес		
1.	Жаңа сахна	Панфилов көшесі 103. Тел.73-57-66, 73-58-46
2.	«Сезам» қуыршақ театры	Абай даңғылы 103. Тел. 92-03-60,92-33-07
3.	«Зазеркалье» қуыршақ театры	Әуезов көшесі. Тел.77-89-30, 46-58-83
4.	«Седьмая грань» жастар театры	Төле би көшесі/Сейфуллин, жер төле «продкорпорация». Тел.64- 37-83, 46-74-70,79-69-54
5.	«АртиШок» эксперименталды театр	Қонаев көшесі 49.тел.73-69-54
6.	ЖШС «Б. Ибрагимовтың әзіл- сықақ театры»	Тимирязев көшесі 28
7.	«Терісқакпай» комедия театры	Абылайхан көшесі 83. Тел.79-91-16
Концерттік ойын-сауық ұйымдары		
Республикалық		
1.	РГП Республика сарайы	Абай алаңы. Тел. 91-55-18, 91-43-00.
2.	РГКП қазақ мемлекеттік гастрольді концерттік бірлестік	Абылайхан көшесі 83. Тел. 79-30-48.
3.	ЖШС «Спорттық мәдени кешені»	Абай даңғылы 144. Тел.92-20-51, 92-33-33.
4.	У. А. Жолдасбеков атындағы студенттер сарайы	әл-фараби көшесі 71. Тел. 47-26-03, 47-26-04.
5.	Ж. Жабаяев атындағы қазақ мемлекеттік филармониясы	Ш. Қалдаяқов көшесі 35. Тел. 91-75-21, 91-73-25.
Қалалық		
1.	КГКП «ҚазГосцирк»	Абай көшесі 50. Тел. 47-22-21, 47-92-60.
2.	Алматы зоологиялық паркі	Есенберлин көшесі 166. Тел. 91-37-19, 91-38-17.
Мұражайлар		
1.	ҚР орталық мемлекеттік мұражайы	Самал ш.а 1. тел. 64-22-00, 64- 44-55.
2.	А. Қастеев атындағы мемлекеттік өнер мұражайы	Сәтбаев көшесі 30. тел. 47-82-49, 47065-18, 47-60-96.
3.	Ықылас атындағы республикалық халық музыкалық аспаптар музейі	Зенков көшесі 24. тел.91-63-16, 91-75-17.

4-кесте жалғасы

4.	С. Мұқанов және Ғ. Мүсірепов атындағы республикалық әдеби меморандум мұражай кешені	Төлебаев көшесі 125. тел.72-59-12, 72-82-86.
5.	Республикалық кітап мұражайы	Қабанбай батыр көшесі 94. тел. 61-20-09, 61-11-04.
6.	М. Әуезов атындағы әдеби шығармалы үй мұражайы	Төлебаев көшесі 185. тел.61-22-77, 61-74-41.
7.	Археология мұражайы	Достық даңғылы 44. тел. 91-85-85, 91-86-32.
8.	Ж. Шарденов атындағы «Умай» өнер мұражайы	Наурызбай батыр көшесі 108. тел. 72-92-16, 72-31-74.
9.	Алматы тарихи өлкелік мұражайы	Наурызбай батыр көшесі 108. тел. 61-73-01, 61-03-59.
10.	Д. Қонаев атындағы үй мұражайы	Төлебаев көшесі 117. тел. 61-42-69.
Кітапханалар		
1.	ҚР ұлттық кітапханасы	Абай даңғылы 14. Тел. 67-28-84, 67-28-83, 67-28-77.
2.	С. Бегалин атындағы республикалық балалар кітапханасы	Төле би көшесі 27. тел. 91-40-52, 91-33-57.
3.	Орталықтандырылған кітапхана жүйесі	Гоголь көшесі 109. тел. 79-84-88, 79-40-52.
4.	А. Чехов атындағы орталық қалалық кітапханасы	Гоголь көшесі 109. тел. 79-84-88.
5.	И. Крылов атындағы орталық қалалық балалар кітапханасы	Әуезов көшесі 175. тел. 74-74-16.
6.	№ 45 Массалық кітапхана	Қарасу көшесі 164. тел. 79-45-76.
7.	№ 24 балалар кітапхана филиалы	Сейфуллин даңғылы 264.
Көрмелер және көркемдік галереялар		
Мемлекеттік		
1.	Орталық көрме залы.	Желтоқсан көшесі Жамбыл килысы 137.тел. 67-40-22.
Мемлекеттік емес		
1.	«Тенгри-Умай»	Абай даңғылы 43. тел. 67-21-70, 58-11-60.

4-кесте жалғасы

2.	Трибуна	Республика даңғылы 14а. тел.50-80-60.
3.	«Улар»	Құрманғазы көшесі 29. Умечных ғимараты. тел.72-47-83.
4.	АРК	Достық даңғылы 240. тел.58-40-66.
5.	АРТ-Нават	Зенков көшесі 25, Бөгенбай қиылысы. тел. 91-56-32, 91-18-33.
6.	«Вояджер»	Байтұрсынов көшесі 159. тел.92-67-79.
Кинотеатрлар		
Мемлекеттік емес		
1.	«Искра»	Достық даңғылы 44. тел. 50-50-15
2.	«Алатау»	Төле би көшесі 41.
3.	«Сарыарқа»	Алтынсарин даңғылы 24.
4.	«Байқоңыр»	Орбита шағын ауданы 4. Мұстафин көшесі 5а. тел. 29-42-88
5.	«Целинный»	Масанчи 59. тел. 50-79-90.
6.	«Номад»	Фурманов көшесі 226. Рамстор сауда орталығы. тел. 58-76-00.
Мемлекеттік		
1.	«Қазақфильм» ұлттық компаниясы	Аль-Фараби даңғылы 176. тел.48-27-74, 48-22-11.
Саябақтар		
1.	Орталық мәдениет және демалыс саябағы	Гоголь көшесі. тел.30-84-25, 30-84-52, 30-63-93.
2.	«Фэмили парк»	4 ш.а. Абай-Алтынсарин. тел.76-03-48, 76-30-38.

Елімізде туризм инфрақұрылымының объектілері жақсы да-муда, шетелдік тәжірибелерді туризм саласын дамытуға көптеп қолдануда, оның мысалы Алматы қаласы бойынша 5-кестеде көрсетілген.

5-кесте. Алматы қаласының инфрақұрылым объектілерінің жағдайын талдау

Туризм инфрақұрылым объектілері	Саны	Жақсы жағдайын бағалау (жақсы, қанағаттанарлық, қанағаттанарлықсыз)	Барлық құрылып жатқан объектілер және олардың эксплуатацияға енгізу мерзімі	Аймақтардың жаңа объектілер құрылысына қажеттілігі
Орналастыру				
Қонақүйлер	72	Жақсы	Mariott, Holiday Inn, Radisson SAS Medeu, Rixos, Kempinski Bayterek секілді элит-класста қонақүйлер салынуда.	
			Құрылысы жақтан отелдер тұрғын апартаменттері кеңсе және сауда алаңдарынан, бизнес және ойын-сауық орталықтарынан тұратын ірі кешендерге кіреді. Бұдан басқа орналастыру қызметінің құны орташа деңгейлі отелдер құрылысы қарастырылуда.	
Кемпингтер	-	-	-	
Санаторийлар	18	Жақсы	-	
Қафе		Жақсы		
Ресторандар	300	Жақсы	-	-
Асханалар	180	Жақсы	-	-
Көрмелер	16	Жақсы	-	-
Көңіл көтеру				
Ем қабылдау	103		Республика алаңында «Алматы» сауда қоғамдық орталығының құрылысы жүруде.	
басқа			-	
	18	Жақсы		

Жоғарыда ескерткеніміздей, Астана қаласы, Ақмола облысында туризм инфрақұрылымы, көлік коммуникациялары даму жолында және ойын-сауық мекемелері, қонақүйлер мен тамақтану базалары, спорттық кешендер салынып, қызмет атқаруда. Келесі кестелерде Ақмола облысы бойынша мәліметтер келтірілген.

6-кесте. Ақмола облысының санаторийлі-сауықтыру объектілері, қонақүйлері, объектілердің тізімі

№	Мекемелер тізімі, мекенжайы, телефоны, жұмыс тәртібі	Мекенжайы, телефоны
1	ЖШС «Көкшетау қонақүйі». Көкшетау қаласы.	Абай көшесі 106, 8(7162)25-64-27, 25-65-02, 25-64-0, Жыл бойы.
2	«Жеке батыр» қонақүй кешені, Көкшетау қаласы.	Әуезов көшесі 184. 8(3162)26-96-35,8(3162)26-67-59,8(7162)25-69-32,26-96-37, жыл бойы.
3	ЖШС «Достық» мейрамхана қонақүй кешені.	Көкшетау қаласы, Абай көшесі 69, 8(3162)23-37-16, 8(7162) 23-37-16,25-17-47, жыл бойы.
4	«Саида» қонақүйі. Көкшетау қаласы.	Әуезов көшесі 278. 8(7162)76-24-68,76-11-01, жыл бойы.
5	«Отау бизнес» қонақүйі, Көкшетау қаласы.	Әуелбеков көшесі 99. 8(7162)25-56-65,26-38-38,жыл бойы.
6	«Құлагер» мотелі, Шучинск трассасы	Уәлиханов көшесі 205, 8(7162)77-15-83, жыл бойы.
7	«Дәстүр» қонақүйі, Көкшетау қаласы.	Әуезов көшесі 194, 8(7162)25-30-38, жыл бойы.
8	«Магнат» қонақүйі, Көкшетау қаласы.	Чкалов көшесі 154, 8(7162)26-81-61, жыл бойы.
9	«Жастар» қонақүйі, Көкшетау қаласы.	Сайн көшесі 20, 8(7162)77-11-63, жыл бойы.
10	«Жарқын» қонақүйі, Көкшетау қаласы	Құсайынов көшесі 108, 8(7162)78-05-45,78-01-26, жыл бойы.
11	«Кеш жарқын» қонақүйі. Көкшетау қаласы	Әуелбеков көшесі 61, 8(7162)23-18-10, жыл бойы
12	«Оқжетпес» клиникалық санаторийі	ЩБКЗ т/факс 8(7172)15-15-81, факс 32-46-77 (Астанада). 7163071133, 871630751, жыл бойы
13	«Әлем» отелі	ЩБКЗ 8(71630)7-15-76, 7-15-76,7-10-01, 7-15-04, жыл бойы.

6-кесте жалғасы

14	«Сатурн» пансионаты ЖШС «Ордос» (Бурабай көлі)	ЩБКЗ т/факс 8(71630)7-18-99,7-18-51 жыл бойы
15	«Боровская» қонақүйі. (ИФЗ), (Бурабай көлі)	ЩБКЗ т/факс 8(71630)715-95, жыл бойы.
16	РДОЛ «Балдәурен» (Шучье көлі).	ЩБКЗ т/факс 8(71636)4-55-67, жыл бойы
17	«Щучинск санаторийі» ААҚ (Шучье көлі)	ЩБКЗ т/факс 8(71636)9-03-21,9-02-35, жыл бойы.
18	«Зеленый бор» санаторийі ЖШС. (Шучье көлі)	ЩБКЗ т/факс 8(71636)9-02-45,9-02-47, жыл бойы
19	«Щучинск санаторийі» аймағындағы екі жазғы үйшік.	ЩБКЗ т/факс 8(7162)25-25-30,8(71636)9-02-10,9-02-93 маусымдық
20	«Алмаз» отелі. (Шучье көлі) Шучинск ауданы	ЩБКЗ т/факс 8(71636)9-02-35,9-03-10, жыл бойы.
21	«Арка» санаторийі, (Шучье көлі).	ЩБКЗ т/факс 8(71636)4-13-11,4-43-55,4-59-01, жыл бойы
22	«Майбалық-С» демалыс үйі, (Тексекөл көлі)	ЩБКЗ Конт 8716225-22-09, жыл бойы.
23	«Береке Бурабай» ЖШС («Нұрсат» отелі) Бурабай ауылы	ЩБКЗ 8(71630)7-15-04,7-13-01, жыл бойы.
24	ОК «Астана Трэдингинтерн-шил» АҚ, «Эдем» демалыс үйі, Бурабай ауылы,	ЩБКЗ, Астана қаласы 8717232-07-58,32-50-04, 8(71630)7-27-78 жыл бойы.
25	С. Сейфуллин атындағы Санаторий (Қатаркөл көлі)	ЩБКЗ 8(71636)4-32-59,43-2-84, жыл бойы.
26	«Приозерный демалу және денсаулық орталығы» ЖШС. (Қатаркөл көлі)	ЩБКЗ 8(71636)4-35-05,4-42-94, жыл бойы.
27	«Көкшетау» Парк отелі,	ЩБКЗ 8(716-36)4-19-98,4-19-99
28	«Ақ бұлақ» қонақүйі, Бурабай ауылы.	Тел. 8(71630)7-27-39,жыл бойы.
29	«Азия» отелі, Бурабай ауылы.	Тел. 8(71636)4-71-79, жыл бойы.
30	«Торғай» отелі, Воробьевка ауылы.	Тел. 8(71636)4-47-28,жыл бойы.
31	«Айдана» отелі, Бурабай ауылы.	Тел.8(71630)7-26-08,7-25-08
32	«Смак» қонақүйі, Бурабай ауылы	Тел.8(71630)7-23-07, жыл бойы.
33	«Глория» отелі, Бурабай ауылы.	Тел.8(71630)7-23-06, жыл бойы.

6-кесте жалғасы

34	«Прогресс» пансионаты, Бурабай ауылы.	Тел.8(71630)7-20-13, жыл бойы.
35	«Бәйтерек» қонақүйі. Бурабай ауылы	Тел.8(71630)7-25-21, жыл бойы.
36	«Ақмолатурист» Турбазасы, Бурабай ауылы	Тел.8(71630)7-26-92,7-15-11, маусымды.
37	«Рахат» отелі, Бурабай ауылы, балалар санаторийі ауылы	8(71630)7-4-73, жыл бойы
38	«Теремок» отелі, Бурабай ауылы, Голубой залив	Тел.8(71630) 7-13-35, жыл бойы.
39	«Марсель» отелі, Бурабай ауылы	Тел.8(71630)7-15-07, жыл бойы.
40	«Береке» отелі, Бурабай ауылы	Тел.8(71630)7-15-04,7-13-01
41	«Санрен» демалыс орталығы, Шучье көлі	Тел.8(71630)7-15-04,7-13-01, жыл бойы.
42	«Бәйтерек» отель паркі, Щучинск қаласы	Тел.8(71636)4-21-83,4-54-51, жыл бойы
43	«Зерен» демалыс орталығы, Зеренді көлі Зеренді ауданы,	т/факс8(71632)2-17-76,2-25-94,2-13-06, жыл бойы
45	«Сұңқар» сауықтыру кешені, Зеренді көлі	т/факс8(71632)2-22-10,2-24-37, жыл бойы
46	«Қарағайлы» демалыс үйі, Зеренді ауылы	тел. 87162-2-26-40,2-11-40, жыл бойы.
47	Гумилев атындағы ЕҰУ спорттық сауықтыру лагері, Зеренді ауылы	8 (71632)2-19-58, жыл бойы.

7-кесте. Ойын-сауық орталықтары

Аталуы	Мекенжайы, телефоны	Жұмыс уақыты	Қызмет кешені
«Қазақстан» спорт кешені	Мұнайтпасов көшесі 9 8(7172) 35-21-22, 35-34-91	8:00-22:00	Бассейн, мұз алаңы, жаттығу залы, қонақүй, стол теннисі, бильярд, мейрамхана, дәмхана, мини-футбол, сауна
«Мега Астана» сауда ойын-сауық орталығы	Қорғалжың тас жолы 1. 8(7172) 79-09-59, 79-09-90, 79-14-04, 79-14-06.	9:00-24:00	Кинотеатр, боулинг, Babylon, интернет, food court, мейрамхана

7-кесте жалғасы

«Сарыарқа» сауда ойын- сауық орталығы	Тұран даңғылы 24. 8(7172)51-56-06, 51-56-04,51-55-99.	10:00-22:00	Кинотеатр, интернет, foodcort, мейрамхана.
«Керуен» ойын-сауық орталығы	Достық көшесі 9. 8(7172)79-55-15	9:00-21:00	Babylon, интернет, food cort, мейрамхана.
«Каспий» спорт кешені	Тұран даңғылы 4. 8(7172)24-08-94.	9:00-22:00	Бассейн, жаттығу залы, сауна бильярд, дәмхана, боулинг, диско-клуб, мейрамхана.
Қалалық цирк	Қабанбай батыр даңғылы 4. 8(7172) 70-14-90, 24-40-60	9:00-18:00	Цирк.
«Арсенал» ойын-сауық орталығы	Алтынсарин көшесі 4. 8(7172)39-33-33.	10:00-00:00	Кинотеатр, боулинг, пиццерия.
«Думан» ойын-сауық орталығы	Қабанбай батыр даңғылы 4. 8(7172)24-22-22.	10:00-22:00	Океанариум, аниматрониксі, джунгли, аттракциондар, балалар ойын алаңы, дәмхана, кинотеатр, мейрамхана.
«Зодиак» ойын-сауық орталығы	8(7172)35-88-24.	10:00-06:00	Бильярд, боулинг, караоке-бар.
«Шаробан» ойын-сауық орталығы	Сейфуллин көшесі 38. 8(7172)32-67-70.	15:00-03:00	Бильярд, боулинг, караоке-бар.
«Алатау» спорт кешені	Манас көшесі 4. 8(7172)72-28-10, 72-28-58,72-29-03.	9:00-23:00	Бассейн, жаттығу залы, қонақүй, стол теннисі, дәмхана, мини- футбол, сауна.
«Астана» спорт кешені	Сары-арқа көшесі 21. 8(7172)74-80-94	8:00-22:00	Бассейн, жаттығу залы, стол теннисі, дәмхана, мини-футбол

8-кесте. Мәдениет мекемелерінің қызметі

Көрсеткіштер	2003 ж.	2004 ж.	2005 ж.	2006 ж.		2008ж.
Театрлар						
Театрлар (бірлік)	48	48	51	53		57
Спектакль қойылым саны (бірлік)	8134	9333	9524	9830		10979
Жаңа қойылым саны (бірлік)	236	263	279	275		289
Көрермендер саны, мың.адам	1482,5	1707,3	1795,0	1835,7		1929,9
Хайуанаттар бағы						
Хайуанаттар бағы (бірлік)	4	4	4	4	4	4
Келушілер саны, мың. адам	398,1	428,8	481,6	572,8	589,1	670,5
Өткізілген экскурсиялар саны (бірлік)	646	730	781	1857	2344	2339
Ұйымдастырылған мекемелер саны (бірлік)	20	25	49	49	46	52
Мұражайлар						
Мұражайлар (бірлік)	143	172	187	185	195	198
Келушілер саны, мың.адам	3801	3516	3525	4221	4543	4595,5
Соңындағы негізгі қордың экспонаттар саны, мың. (бірлік)	2407,6	2402,8	2704,6	2623,6	2544,1	2588,5
Жыл бойында көрсетілген (бірлік)	472433	473053	815936	862823	563441	567590
Кино көрсетуші ұйымдар						
Ұйымдар саны (бірлік)	82	93	120	194	149	136

8-кесте жалғасы

Тұрақты кинотеатрлар (бірлік)	67	73	86	76	77	77
Соның ішінде:						
Жоғары разрядты кинотеатрлар	24	29	29	33	33	35
Жылжымалы және станциялы киноқұрулар (бірлік)	216	266	246	301	301	298
Көрсетілген кинотеатр саны, мың. (бірлік)	78,0	94,6	111,0	130,7	172,3	238,5
Соның ішінде:						
Ересектерге арналған	53,2	67,1	77,0	93,5	122,4	170,8
Балаларға арналған	24,8	27,5	34,0	37,2	49,9	67,7
Кинотеатрға келушілердің саны, мың. бірлік	3489,7	4100,5	4327,3	5696,1	6414,1	7023,4
Оның ішінде:						
Ересектермен	2214,6	2485,4	2779,8	3907,7	4178,2	4972,6
балалармен	1275,1	1615,1	1547,5	1788,4	2235,9	2050,8
Концерттік ұйымдар						
Концерттік ұйымдар (бірлік)	72	62	66	61	67	73
Өткізілген концерттер (бірлік)	6519	6321	6906	6796	7100	7464
Соның ішінде:						
Филармониялық	3235	3532	3399	3817	3694	3306
Эстрадалық	3284	2789	3507	2979	3406	4158

8-кесте жалғасы

Балаларға арналған	1651	1733	1916	1939	1482	1623
Көрермендер саны, мың. адам	1642,6	1805,3	2338,5	2589,5	2746,4	2954,7
Соның ішінде балалар	223,7	290,6	472,6	452,9	332,5	364,9
Коцерттік залдың сыйымдылығы. орын	15160	18477	22797	22276	21272	19416
Демалыс парктері						
Парктер саны (бірлік)	41	42	50	53	63	66
Курортты-массалық іс-шаралар	1574	1029	1987	1935	2127	2201
Демалыс объектілері саны	725	791	867	953	1089	1444
Соның ішінде						
Эстрадалық театр мен алаңдар	21	26	30	28	30	29
Шығармашылыққа арналған ғимараттар	1	1	2	1	1	1
Би залдары мен алаңдары	16	18	23	27	26	27
Спорттық объектілер	25	39	38	36	37	40
Жалға беру базасы	-	-	9	8	9	9
Балалар қалашығы, алаңдар	29	35	41	39	46	46
Аттракциондар	575	648	694	784	913	1266
Соның ішінде:						
Ойын автоматтары, компьютерлік ойындар	183	209	219	326	427	769
Басқада демалу объектілері	58	24	16	16	13	13

Қорытынды:

3-тақырып 3 бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Материалдық-техникалық база (МТБ) өзінің құрамына туристік құрылыстарды, олардың техникалық жабдықталуын, транспорт құралдарын және олардың негізгі қорларының жүйесін құрайды. МТБ ұйымдасқан туризмнің дамуының негізі болып табылады. Ол туристерге толық кешенді қызмет көрсету үшін барлық қызметті жағдайларды жасайды.

Туристік инфрақұрылым туризмді ұйымдастырудың негізі болып табылады. Туристік іс-әрекетті жүргізудің ажырамас бөлігі, ол тур өнімнің өндірісіне тікелей қатысты емес, біраз туризм қызметі үшін аса қажетті құрылысты, ғимаратты, жерлерді, жүйелерді өз құрамына енгізді (қоғамдық көлік, сауда мекемелері, тамақтану, медицина мекемелері, байланыс энергиямен қамтамасыз ету желесі, сумен жабдықтау, почта, телефон және т.б.).

Пайдаланған әдебиеттер:

1. *Биржаков М. Б.* Введение в туризм. - М. Невский фонд, - 2006.
2. Журнал «Курорты Казахстана» Caribbean Club №3.
3. Журнал «Всемирные путешествия Trfveler» - №10.
4. *Вуколов В. Н.* История и теория международного туризма - М.- 2002.
5. *Гуляев В. Г.* Организация туристской деятельности. - М. Нолидж, - 2006.
6. Сайт туризма по г. Астана www.astanatur.kz.
7. Сайт статистики РК www.stat.kz.
8. *Қурова А. Д.* Организация сферы туризма - М. Герда, - 2006.
9. *Александрова А. Ю.* Международный туризм - М. Нева, - 2007.
10. *Биржаков М. Б. Некифиров В. И.* - Индустрия туризма: перевозки.

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өзіндік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

- 1) Туризм индустриясындағы көліктің және орналастыру құралдарының алатын орнын анықтау.
- 2) Туризмнің материалдық-техникалық базасының түсінігін анықтау.
- 3) Туристік инфрақұрылымның негізгі құрамын атаңыз.
- 4) Астана және Алматы қалаларының инфрақұрылымы бойынша кемшілігін статистикалық мәліметтерді талдау.

Репродуктивті деңгей:

- 1) Транспорт коммуникациясының негізгі түрлері?
- 2) Туризм инфрақұрылымын реттеу үшін қандай мемлекеттік іс-шаралар жүргізіледі?
- 3) Алматы қаласының негізгі санаторийлері мен пансионаттарын атаңыз?

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

1) Қазақстанда 2005-2006 ж.ж қонақүй мекемелеріндегі келушілерге көрсетілген қызметтер санының динамикасын сипаттаңыз.

2) ҚР облыстарында 2009 жылдың қаңтар наурыз айындағы орналастыру объектілерінің статистикалық көрсеткіштерін талдаңыз.

3) Астана және Алматы қалаларының орналастыру мекемелерінің жалпы саны туралы статистикалық мәлімет жинаңыз.

Шығармашылық деңгей:

1) Туризм инфрақұрылымын дамытудың қосалқы саласының тақырыбы бойынша баяндама жазыңыз.

2) Астана инфрақұрылымының дамуындағы мәселелерді талдау.

3) ҚР 2007-2009 жылдағы орналастыру объектілерінің санының өзгеруіне келтірілген статистикалық мәліметті қарастырыңыз.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Туризмнің материалды-техникалық базасының жалпы сипаттамасы.

Мақсаты: студенттерді материалды толығымен меңгеруі үшін тақырыптық бағдарламамен таныстыру.

1) Туризм МТБ ның құраушы элементтері.

2) Туризм инфрақұрылымының құрылымын функционалды белгісін сипаттау.

3) Туризм инфрақұрылымының дамуындағы қосалқы салаларды қарастыру.

4) Алматы және Астана қалаларының Туристік инфрақұрылымы.

Әдістемелік ұсыныстар:

Материалды меңгеру үшін туризм-техникалық базасының негізгі құраушыларына баса назар аударыңыз, Туризм инфрақұрылымына ерекше назар аудар. Жұмыс барысында негізгі материалды түсініктерге назар аударыңыз, олардың негізгі мақсатын түсініңіз.

4-тақырып. Туристерді орналастыру құралдары

Мақсаты: туризмдегі орналастыру құралдарының мәні мен мағынасын шешу, олардың классификациясын оқып үйрену, қонақүй қызметінің стандартталған ережелерімен танысу.

Жоспар:

1. Түнеу базасы, орналастыру құралдар классификациясы.

2. Негізгі және қосымша құралдар түрлерінің сипаттамасы.

3. Қонақүйлерді классификациялау қағидалары, қонақүйлердегі қызметті стандарттау.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: қонақүй индустриясы, орналастыру құралдары, отель, мотель, кемпинг, пансионат, ротель, ботель, флотель, БТҰ, жұлдыздар жүйесі, әріптер жүйесі, тәж жүйесі, апартаменттер, аймақтарға бөлу, бәсекелестік.

1. Түнеу базасы, орналастыру құралдар классификациясы

Экономикалық сала ретінде қонақүй индустриясы қонақүйлерде, кемпингтерде, мотельдерде, пансионаттарда, келген адамдардың белгілі бір ақы төлеу арқылы уақытша тұруын ұйымдастыратын сала болып табылады. Келісімшарт арқылы туристерді түнейтін орынмен қамтамасыз ететін тұрғын объектілердің барлығын орналастыру құралы деп тануымызға болады. Орналастыру құралдарын туристердің қалауы бойынша бір немесе бірнеше күнге жалға беруге болады.

2001 жылдың 13 шілдедегі №211 және 2006 жылдың 31 қаңтарында енгізілген өзгертулерге байланысты «Қазақстан Республикасының туристік қызметі туралы заңнамасы» туристерді орналастыру құралдарына байланысты болса, 2004 жылы 9 қарашада «Техникалық реттеу» заңына сәйкес туристердің орналастыру құралдарының негізгі мақсатына, ұйымдастыру құрылымына, минималдық талап ету және категориясының тәртібін иелену жатады. Туристерге арнайы қызмет көрсететін, оларды түнейтін орынмен қамтамасыз ететін барлық объектілер кемпингтер, қонақүйлер, пансионаттар, мотель, отельдердің барлығы орналастыру құралдары болып табылады.

Орналастыру құралдары, солардың ішінде, әсіресе қонақүйлер келесі сипатта болады: көптеген номерлерден тұрады, олар арнайы нормативке сәйкес келеді, бірыңғай басшылықпен басқарылады, әртүрлі қонақүй қызметтерін көрсетеді, белгілі бір қызметке байланысты категориялар мен кластарға жіктеледі, олар мемлекеттің стандарттарына сәйкестендіріледі.

Бүкіләлемдік туристік ұйымның (БТҰ) орналастыру құралдарының толық және жалпыланған классификациясы өңделген.

Соған байланысты бұл классификациялар ұжымдық және дара болып бөлінеді, ал олар өзара топтар мен топшаларға жіктелінеді. Бірінші негізгі топқа ұжымдық орналастыру құралдары жатады. Олар:

- қонақүйлер және соларға ұқсас орналастыру құралдары;
- әртүрлі пансионаттар, жиһазбен жабдықталған бөлмелер (қонақүй тектес орындар, жалға берілетін бөлмелер, тамақтандыруы кірмейтін орындар), туристерге арналған жатақханалар.

Орналастыру құралдары сонымен қатар тағы басқа арнайы қызмет көрсетуге негізделген. Мысалы:

1. Шипалы мекемелер – курорттар, санаторийлер, емдік сауықтыру орталықтары. Түнейтін орыннан басқа денсаулықты қалпына келтіруге және реттеуге арналған.

2. Демалыс және еңбек лагерьлері. Түнеумен қатар, тамақтандыру, спортпен шұғылдану, демалуды қамтамасыз етеді.

3. Қоғамдық көлік құралдары. Әртүрлі пароходтарда, теплоходтарда орналастыру.

4. Конгресс – орталықтар.

Басқа да ұжымдық мекемелер номерлерден емес, демалатын тұрғын үйлерден құрылуы мүмкін. Бұл объектілердің барлығы бір орталықтан басқарылып, белгілі бір төлем ақыға жалға берілуі мүмкін. Туристерге түнейтін орыннан басқа әртүрлі ақпарат беретін, бос уақытта айналысатын басқа да мекемелер қызмет етеді. Басқа да ұжымдық мекемелер келесідей топшаларға бөлінеді:

1) демалатын орындар – бунгало;

2) кемпингке арналған аулалар – палаткаларға арналып қоршалған аулалар, кішігірім кемелерге арналған шығанақ;

3) басқа да ұжымдық мекемелер – дөңгелегі бар үйлер, жастар жатақханасы.

Екінші негізгі топқа жататын дара орналастыру орындары. Олар арнайы төлемге немесе жалға беріледі. Олар:

- жеке меншік үйлер - коттедждер, особняктар, виллалар, пәтерлер;

- отбасылық үйлердегі жалға берілетін бөлмелер;

- белгілі бір ұйымдардан жалға алынатын үйлер;

- туыс адамдардың үйлері;
- туристерге жеке орналасуды қамтамасыз ететін орындар.

Қонақүйлерді ең жақсы дамыған орналастыру құралы деп қарастыратын болсақ, оларды әртүрлі классификацияларына байланысты типтерге бөлуге болады. Қазіргі таңда қонақүйлердің отыздан астам классификациялары белгілі. Негізгілеріне келетін болсақ:

- жұлдыздар жүйесі (Францияда, Австрияда, Венгрия және Египетте қолданылады.);

- әріптер жүйесі (Грецияда қолданылады);
- тәждер жүйесі (Ұлыбританияда қолданылады);
- дәрежелік жүйе;
- басқа да классификациялар.

Ең кең тарағаны жұлдыздар жүйесі немесе Француздық жүйе. Қонақүйлердің деңгейі жұлдыздар санымен белгіленеді, неғұрлым жұлдыз көп болса, қонақүй дәрежесі жоғары деп есептелінеді (1*, 2*, 3*, 4*, 5*).

Отель 1*. Бұл отельдерде өз еркімен саяхаттайтын туристер тоқталады. Мұндай қонақүйлер қаланың орталығында емес, шет жағында орналасады. Өте кішігірім болады, 6-10 шақты номерлері болады. Бұл қонақүйлер бір ғана отбасының меншігінде болуы мүмкін. Қызмет көрсететін адамдар сол жанұяның мүшелері болуы мүмкін. Қызмет көрсету деңгейі өте төмен.

Отель 2*. Бұл отельдердің қызмет көрсету дәрежесі бір жұлдыздыға қарағанда жоғары, бірақ қосымша қызметтер қарастырылмаған. Бір немесе екі күн түнеуге арналған.

Отель 3*. Бұл қонақүйлер ең кең таралған және де өте ыңғайлы болып келеді. Бөлмеде барлық жағдайлар жасалған, телефон, теледидар орналастырылған. Балалы отбасылар үшін де жағдай жасалған. Бір, екі, үш орындық бөлмелер бар.

Отель 4*. Бұл қонақүйлердің қызмет көрсету дәрежесі жоғары, орташа айлықтан жоғары табысты адамдарға арналған. Олар курорттардың, демалыс орындарының ең қолайлы жерлерінде орналасуы мүмкін. Мысалға жағажайдың немесе санаторидің орталығында. Мұндай отельдерде қонақтардың көліктеріне арнайы тұрақтар салынған. Бөлмелер барлық қажеттіліктермен жабдықталған, телевизор, жиһаз, мини бар, кондиционер және

тағы басқалармен. Сонымен қатар, отельде ақысыз қызметтер, дискотекалар, концерттік кештер ұйымдастырылуы мүмкін.

Отель 5*. Дәрежесі ең жоғарғы қонақүйлер. Қонақүй құрамына бірнеше ресторандар, барлар, диско клубтар, киім жуатын қызметтер, шаштараздар, бассейндер, фитнес орталықтары кіреді. Мұндай отельдерде үлкен төсек орынмен қамтылған бір орынды немесе екі үлкен төсек орынмен қамтылған екі орынды бөлмелер, қызметшілерге арналған бөлмелер, іскер адамдарға арналған көп функционалды телефон желісі ұстайтын бөлмелер болады.

Айтып кететін бір жайт, бұл қонақүйлердің қызмет көрсету спектрі әрқашан жаңарып, өсіп отыруы тиіс. Бұл бәсекелес отельдерге байланысты. Бірақ кейбір туристерге кішігірім отельдерде тоқталған ұнайды.

Еуропа елдерінде Француздық жүйе мен қатар неміс жүйесі де кеңінен қолданылады. Бұл жүйе бойынша қонақүйлер бес негізгі класқа бөлінеді: туристік класс - 1*, стандартты класс - 2**, жайлы класс - 3***, бірінші класс - 4****, люкс класс - 5*****.

Грецияда әріптiк классификация қолданылады. Барлық отельдер төрт класқа бөлінген: А, В, С, D. А категориялы қонақүйлер төрт жұлдызды деңгейге сәйкес, В үш жұлдызды қонақүйге, С екі жұлдызды қонақүйге сәйкес. Ең жоғарғы категориядағы «de Luxe».

Англиядағы тәж жүйесі жұлдыздар жүйесіне ұқсас. Қонақүйдің неше жұлдызды екенін білу үшін барлық жұлдыздан бірді кемітіп отыру керек.

Ұлыбритания ассоциациясының турагенттерінің классификациясын ең дұрыс деп санайды:

- бюджеттік қонақүйлер (1*);
- туристік класс қонақүйлері (2*);
- орташа класс қонақүйлері (3*);
- бірінші класс қонақүйлері(4*);
- жоғарғы дәрежедегі қонақүйлер (5*).

Ал Италияда қонақүйлер үш категорияға жіктелінеді: бірінші категория төрт жұлдызды, екінші категория үш жұлдызды, үшінші категория екі жұлдызды.

Испанияда қонақүйлердің жіктелуі:

- барлық жұлдызды қонақүйлер;
- қонақүй тектес үйлер, бунгало, апартаменттер – бастапқы төрт жұлдызды қонақүйлер;

- пансиондар – үш жұлдызды топ;

- уақытша тұрған аулалар – үш жұлдызды топ.

Қонақүйлер басқа да ерекшеліктеріне байланысты жіктелінеді.

Жекеменшігіне және ұйымдастыру басшылығына қарай қонақүйлер:

а) муниципалды кәсіпорындар;

б) акционерлік қоғамдар;

в) шетелдік капиталдың қатысуымен біріккен кәсіпорындар;

г) ведомстволық қонақүйлер;

д) меншік қонақүйлер;

е) қоғамдық ұйымдардың қонақүйлері.

2. Номерлер қорына байланысты:

а) кіші 150 дейін;

б) орта 150-400 аралығында;

в) үлкен 400 жоғары болып бөлінеді.

Әр мемлекетте орындар саны түрленіп отыруы мүмкін.

3. Функционалды бағыт бойынша:

а) транзиттік қонақүйлер, уақытша тұрақтанған туристерге арналған.

б) белгілі бір мақсатқа арналған қонақүйлер, іскер адамдар үшін қолайлы болып бөлінеді.

4. Номерлердің бағасына байланысты қонақүйлердің жіктелуі:

а) бюджеттік;

б) экономдық;

в) орташа;

г) бірінші дәрежелі;

д) апартаменттік;

е) фешенебельді.

Сонымен қатар қонақүйлер орналасуына, тамақтандыруына байланысты бөлінеді.

Қонақүйлер классификациясында ерекше атап өтетін орнала-су құралдары:

Кемпинг – автотуристерге арналған лагерь, қаланың шет

жағасында орналасады, жазғы үйлер мен палаткалармен жабдықталған.

Ротель – бір немесе екі орындық жылжымалы қонақүй. Күндіз туристер қаланың көрікті жерлерімен танысса, түнде пойызда түнейді.

Ботель – су бетінде тұратын қонақүй.

Флотель – су бетінде қалқып жүретін қонақүй. Туристерге каюта номерлер, келіссөздер жүргізетін бөлмелер, бар немесе ресторандарын ұсынады.

Негізгі және қосымша құралдар түрлерінің сипаттамасы

Туристердің қонақүйдің әр бөлігінде қызмет көруіне болады.

Туристерді қарсы алу мен шығарып салу, басқа да қызметтер қонақүйдің қоғамдық бөлігінде (вестибюльде) ұйымдастырылады. Қонақүйдің осы бөлігіндегі негізгі қызмет тіркеу болып табылады. Бұл жерлердегі персоналдың өзін әртүрлі қызметтері бойынша бөліп қояды. Ал вестибюльдің өзін бірнеше функционалды аймақтарға бөледі:

- негізгі кіре беріс аймағы (туристерді қарсы алу);
- туристерді қабылдау аймағы (тіркеу бөлімі);
- қонақтардың демалу аймағы (теледидар, диван орналасқан бөлік);
- қосымша қызмет көрсететін аймақ;
- баспалдақ пен лифт.

Аймақтарды дұрыс бөлу өте маңызды болып келеді. Мысалға, лифт пен кіре берістің арасын қонақтарды тіркеу бөлмесінен алшақ орналастыру керек. Қонақүйде тұрып жатқан адамдар оңай кіріп шығуына қолайлы болады.

Қоғамдық бөлмеде тек тіркеу ғана емес, сонымен қатар тұрып жатқан туристерді бір номерден екіншіге көшіруді немесе уақытын созуды, басқа да қосымша қызметтерді көрсетуге болады. Мүлікті жалға немесе прокатқа беру, әртүрлі экскурсияларға билеттерді сату, көліктерге қызмет көрсету және тағы басқалары.

Қоғамдық қызмет көрсету бөлмесінде туристердің көп болуына қарамастан, олардың әрқайсысына жеке көңіл бөлуіміз керектігін ұмытпауымыз керек. Осының негізінде турист келесі саяхатында осы қонақүйде орналасуды қалауы мүмкін.

Ал қонақүйдің жатын бөлігі көптеген номерлерден, коридордан, қызмет көрсетуші персонал бөлмелерінен тұрады. Номерлер орын санымен, бөлмелері жиһаздарымен ерекшеленеді. Жиһаздардың орналасуы, көлемі, құрамы номерге байланысты болады. Қонақүйдің барлық номерлері оның номерлік қорын көрсетеді. Маусымға немесе ғимараттың ескіруіне байланысты номерлерді реттеу жұмыстары жүргізіледі.

Қызмет көрсетуші персоналдың бөлмелері тұрғындардың қасына жақын орналасуы тиіс, олар өз жұмыс орнына неғұрлым жылдам жетулері тиіс. Сонымен қатар, жұмыстың шапшаң түрде орындалуын қамтамасыз етеді.

3. Қонақүйлерді классификациялау қағидалары, қонақүйлердегі қызметті стандарттау

Орналасу құралдарын таңдауда туристер белгілі бір талаптарға, жеке ерекшеліктеріне сүйенеді. Сондай талаптарға тоқталсақ:

Орналасу құралының ыңғайлы болуы. Көпшілік іскер адамдар немесе туристердің 78% бұл факторды негізге алады. Қонақүйлердегі номерлердің көлемі, олардың дұрыс орналасуы, ойын-сауық кешенінің болуы келген қонақтарға өте маңызды. Мысалы, іскер адамдар үшін қонақүйдің қала орталығында орналасқаны жөн болса, демалуға келген туристер үшін қонақүйдің жағажайда орналасқаны ұнайды.

2. Номерлердің тазалығы мен жайлы болуы. Орналасу құралын таңдауда бұл критерийге 67% туристер көңіл бөледі. Қазіргі таңда әйелдердің көп саяхаттауына байланысты номерлердегі тазалық пен жайлылық бірінші орындарда тұр. Әйелдердің саяхаттауы 60% өсіп отыр.

3. Номердің құны. Туристердің 55% қонақүйді таңдауда негізгі критерийлердің бірі деп номердің құнын айтады. Бірақ нарыққа шыққан жоғары мәртебелі адамдардың келуімен бұл шарт өзгеріп отырады.

4. Жолдастар мен таныстардың кеңесі. Туристердің көпшілігі 35% қонақүй таңдауда туыстарының, жолдастарының, таныс адамдарының кеңесіне сенеді, ал 11% турагенттердің кеңесіне құлақ асады.

5. Белгілі бір қонақүйді алдыңғы дағдыларына неме-

се тәжірибелеріне байланысты таңдау. Саяхаттаушылардың 33% танымал қонақүйлер желілерін таңдайы. Туристердің 41% қонақүйдегі көрсетілетін қызметтің жоғары сапалылығына қарайды, ал 16% қонақүйдің резервациясының жеңіл және тиімді болуын қалайды.

6. Қосымша қызмет. Қосымша қызметтердің болуына туристердің 33% көңіл бөледі, олардың қалаулары бойынша, қонақүйде жиналыс өткізетін конференц залдар, презентация орталықтары болуы тиіс. Ал саяхаттаушылардың 22% тамақтандыру қызметіне көп көңіл бөледі. Сонымен қатар, вокзалдан қонақүйге жеткізу, тренажер залы, сауна, модемдік желі, факс, ксерокс, экскурсиялар ұйымдастырылуы тиіс.

7. Тұрақты клиенттерге арналған бағдарлама. Қонақүйде тұрақты тұратын адамдарға арналып жасалған бағдарламалардың кең көлеміне қарамастан, қонақтардың тек 2% ғана оларды ескереді.

8. Орналастыру құралдарының бәсекелес жағдайындағы артықшылықтары. Қазіргі кезде қонақүйлердің көптігіне байланысты олардың өзара бәсекелестігі орын алып отыр. Қонақүйдің бәсекелестіктегі артықшылығы ондағы көрсетілетін барлық қызметтердің жиынтығы және ыңғайлылығы. Осы сипаттар мен атрибуттар қонақүйдің негізгі қызметтерімен қатар, қосымша қызметтеріне байланысты болады.

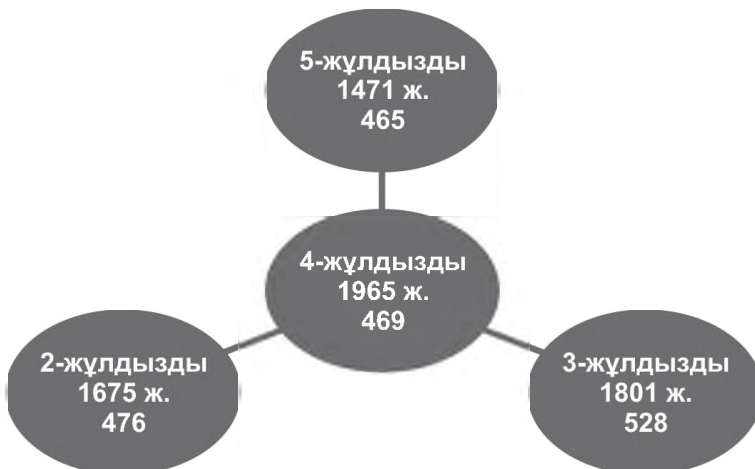
Қонақүй қызметтерінің сыртқы артықшылығы ондағы көрсетілетін қызметтерге байланысты қонақтардың шығындарын азайтып немесе қызметтердің тұтынушылық қызметтерінің тартымдылығын арттыру. Қонақүй өз қызметінің бағаларын көтеріп, олардың нарықтағы негізгі баға ретінде енгізуі мүмкін.

Қонақүйдің ішкі артықшылығы оның өндірісі мен басқарылуының тиімділігінде және өнімнің сапалығында болып табылады. Олар қонақүйдің бағалылығын тудырып, бәсекелестерге қарағанда өзіндік құнын төмен етеді. Сату бағасының төмендеуіндегі рентабельділік пен тұрақтылықты осы ішкі артықшылықтар анықтайды. Ішкі артықшылықтарына қонақүйдің қаржылық жағдайын, инвестициялық мүмкіндіктерін, айналымын, материалдық базаның жағдайын, сервистің деңгейін, маркетингін жатқызамыз.

9. Туристердің орналастыру құралдарымен келісімшарттары. Қонақүй кәсіпорны мен туристік бизнес аралығындағы негізгі реттеуші халықаралық құжаттарға: 1993 жылы құрылған туристік агенттіктердің ассоциациясының Әлемдік Федерациясы (ИНА) мен Әлемдік қонақүй ассоциациясымен (UFTAA) жасалған турагенттіктер мен қонақүй арасындағы кодекс жатады. Сонымен қатар, 1989 жылғы БТҰ-ның комиссиясымен, қонақүй классификациясының стандарттарына сәйкестендіріліп реттелген аймақаралық комиссиямен және қонақүй ассоциациясының Әлемдік кеңесімен белгіленген қонақүй шаруашылығының ережелері жатады. Осы құжаттардың барлығы турагенттер мен қонақүй бизнесінің арасындағы іс-әрекеттерге негізделіп, тұрақталып қалған. Орналастыру құралдарындағы қызмет көрсетілген қонақтардың саны кейбір жылдар бойынша 15-суретте көрсетілген.

Қорытынды:

4-тақырып бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Туристік индустрияның негізгі элементі болып қонақүйлер және орналастыру орындары болып табылады. Туристік өнімнің сапасын және ерекшелігін анықтап, материалдық базасын танытатын туризм саласының негізгі сек-



15-сурет. Орналастыру құралдарындағы қызмет көрсетілген қонақтардың саны

торы осы қонақүй шаруашылығы болып отыр. Қонақүй шаруашылығының қызметіне байланысты қазіргі туристік сферадағы көрсеткіштер мен туризм саласындағы белсенділік дәрежесін анықтай аламыз. Туристік бәсекелестіктегі қонақүйлердің сапасының төмендеуі мен керісінше қонақ үй мен орналастыру құралдарының құрылысының қарқынды өсуінен біз туристік саладағы нарықтық өзгерістерді байқаймыз. Қызмет сапасына, көлеміне, қонақ үй көлеміне, мөлшеріне және де басқа да ерекшеліктеріне, бағыттарына байланысты орналастыру құралдары жіктелінеді екен. Бүкіләлемдік туристік ұйымның жіктеуі бойынша қонақүйдің кең тараған классификациялары белгіленген.

Пайдаланылған әдебиеттер :

1. Туристік қызмет туралы: Заң актілерінің жиынтығы. – Алматы: ЮРИСТ, -2007. – 32 б.

2. Қонақүй шаруашылығы: Оқу құралы / *Мазбаев О. Б., Омаров Қ. М.* – Алматы, ҚазҰПУ, - 2007 – 99 б.

3. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие. 2-е изд-е. – М: ИКЦ “МарТ”; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», - 2005. – 352 б.

4. Транспортное обеспечение в туризме: учебник/*Кусков А. С., Джаладян Ю. А.* – М: КНОРУС, - 2008. - 368 б.

5. Сервис и туризм: словарь – справочник / под.ред. *Ю. П. Свириденко, О. Я. Гойхмана* – М: Альфа – М, 2008 – 432 б.

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өз бетімен орындауға арналған тапсырмалар:

- 1) Түнеу базасына нелер жатады?
- 2) Орналастыру құралдар классификациясы дегеніміз не?
- 3) Туристердің жеке орналасу құралдарын атаңыз.

Репродуктивті деңгей:

- 1) Негізгі және қосымша туристерді орналастыру құралдары;
- 2) Қонақүйлерді классификациялау қағидалары;
- 3) Қонақүйлердегі қызметті стандарттау.

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

- 1) «Қазақстандағы қонақүйлердің даму деңгейі» тақырыбына баяндама дайындау;
- 2) «Туристерді орналастыру құралдары» тақырыбына презентация дайындау;
- 3) «Туристерді орналастыру құралдары» тақырыбына аннотация жазу.

Шығармашылық деңгей:

- 1) «Туристерді орналастыру құралдары» тақырыбына сөзжұмбақ жасау;
- 2) «Жұлдыздық қонақүйлердің айырмашылықтарына» схема жасау;
- 3) Қазақстанда орналасқан 5* қонақүйге SWOT – талдау жасау.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Туристерді орналастыру құралдары

Мақсаты: туризмдегі орналастыру құралдарының мәні мен мағынасын ашу, олардың классификациясын оқып үйрену, қонақүй қызметінің стандартталған ережелерімен танысу.

1) 2 адамнан тұратын топ құру. Дебаттың тақырыбы: «Қазақстандағы туристерді орналастыру құралдары» тақырыбын талқылау;

2) дебатқа студенттердің белсенді қатысуы, барлық сұрақтар мен мәселелерді кешенді талдау;

3) дебатты қорытындылау.

5-тақырып. Тамақтану базасы

Мақсаты: Тамақтану кәсіпорындарының жұмыс істеу құрылымы мен қағидаларын, классификациясын талқылау. Тамақтану кәсіпорындарының жабдықтамасымен, туристік орталықтардағы серверлеу құралдарын өңдеу мен сақтау және тамақтануды ұйымдастыру жұмыстарымен танысу.

Жоспар:

1. Тамақтану кәсіпорындарының жұмыс істеу құрамы және қағидалары

2. Сауда мекемелері

3. Жабдықтау мекемелері

4. Мейрамханалар мен туристердің басқа тамақтану кәсіпорындарының жабдықтамасы

5. Қоғамдық тамақтанудағы инновация және Қазақстандағы тамақтану мекемелерінің статистикалық мәліметтері.

Тақырыптың негізгі түсініктері: тамақтану кәсіпорындары, мейрамхана, кафе, дәмхана, сауда мекемелері, дүкен, дүңгіршек, база, қойма, жабдықтама, серверлеу, туристік орталықтар.

1. Тамақтану кәсіпорындарының жұмыс істеу құрамы және қағидалары

Тамақтану кәсіпорындарының мақсаты - адамның тамаққа сұранысын қанағаттандыру болып есептеледі. Тағамды тұтыну процесі адамдардың сөйлесу, тәрбиелеу, көңіл көтеру процесі уақытымен айтарлықтай сәйкес келеді.

Тамақтану кәсіпорынының орналасу жері оның құрылысының алдында немесе тамақтану кәсіпорнындағы ертеректе салынған ғимаратын қайта құру кезінде таңдалады. Мейрамхананың сәтті орналасуы оның тауар айналымын 30 пайызға көтере алады деген бағалаулар да баршылық. Тамақтану кәсіпорынының негізгі қызметі тамақ даярлау мен сату болып табылады. Ыңғайлылықтарымен жасалған тамақтану кәсіпорындары келушілердің көңілін көтеру үшін музыканттар мен әртістерді шақырады. Кәсіпорынның негізгі емес қызметінің дамуына әсер ететін кәсіпорын теңгеріміне дүкендер, қосалқы шаруашылықтар, және т.б. есепке кіреді.

Кәсіпорынның негізгі қызметіне қатысты бөлімшелер (цехтар) бөлінеді, оның қызметінің нәтижесі аспаздық өнімдерде және өнімдер шығармайтын, өндірістің ұйымдастырушылық, басқарушылық (мәселен, дирекция, қойма, бухгалтерия) қызметін атқаратын бөлімшелерде (бөлімдер, қызметтер) көрініс табады.

Бас цехтарда тамақ даярланады. Қосалқы цехтарда шикізат, ыдыс жуу, қалдықтарды сақтау және т.б. жұмыстар атқарылады. Көмекші қызметтер бас цехтардың және тұтас кәсіпорынның жұмыс істеуі үшін қажет. Сонымен, көлік, энергетика, жөндеу қызметтері, міне, осындай. Тамақтану кәсіпорнының өнімі оның негізгі қызметінің пайдалы нәтижесі болып табылады.

Кәсіпорынға түсетін шикізат (тағамдарды даярлауға арналған өнімдер) өңделеді. Қызметкерлердің еңбегі нәтижеге жетуге бағытталған.

Тамақтану кәсіпорнының өнімі 2 түрде байқалады: өнім және аспаздық өнімдердің қосымша өңделуі. Өнімдерге - тағамдар, аспаздық өнімдері, жартылай фабрикаттар, тоқаштар, ұннан жасалған кондитерлік өнімдер, сусындар жатады. Тағам аспаздық даярлыққа ие, тұтынуға және тұтынушыға жіберуге тұтастай жарамды тамақ өнімдерін (тамақ үлесі) ұсынады. Тағамдарға

нақтылы сапалар тән. Тағамдарға қарағанда, аспаздық өнімдер аспаздық даярлықты талап етеді және жылыту, үлестеу, тұтынушыға ұсыну алдындағы әшекейлеу түріндегі қосымша өңдеуді қажет етеді. Белгілі бір уақытта талқыланып жатқан тамақтану кәсіпорнының өнімі даярлықтың онымен бірдей деңгейіне ие.

Тамақтың дайындалуы өнім болып саналмайтын шикізаттың бар болуымен жүзеге асады. Тағамның дайын болуының белгісі оны өндіріп алудың аяқталуы болып табылады. Тағамды ешқандай қосымша өңдеуден өткізу керек емес, ол сапа талаптарына сай келсе, тұтынушыға жіберіледі. Жартылай фабрикатты өндірілген цехта (жіберушіден басқа) өңдеуге болмайды. Ол аспаздық даярлық қасиетіне ие, кәсіпорынның басқа цехында немесе аспаздық өнімдер мен тағамдар жасау үшін басқа кәсіпорындарда қосымша өңделуі тиіс. Жартылай фабрикаттар шикізат өңдеу деңгейінде алуан түрлі. Үлестік ет жартылай фабрикатына - бифштекс, филе, лангет, антрекот, майда тілімді жартылай фабрикаттарға – бефстроганов, гуляш, азу жатады. Өндірілуі аяқталмаған жартылай фабрикаттар аяқталмаған өндірісті құрайды. Аяқталмаған өндірістің бар болуы шарт, себебі ол, әсіресе ірі тамақтану кәсіпорындарында, шикізат қорымен қатар, цехтар жұмысының ырғақтылығын және тұтынушыларға қызмет ету уақытын қысқартуды қамтамасыз етеді.

Гастрономиялық мекемелер

Туристік индустрияның тамақтану кәсіпорындарын сыныптау үшін төмендегі критерийлер қатары қолданылады, оның ішіндегі ең маңыздылары:

1. Сауда – өндірістік қызметінің сипаты;
2. Орналасқан жері;
3. Қызмет көрсетілетін клиенттердің (қонақтардың) контингенті;
4. Өнім сұрыпталымы (мамандандыру);
5. Сыйымдылығы;
6. Қызмет көрсету түрі;
7. Жұмыс істеу уақыты;
8. Қызмет көрсету көрсеткіші.

Сауда-өндірістік қызметінің сипаты

Барлық тамақтану кәсіпорындарының келесі түрлерге бөлінеді: мейрамхана, бар, буфет, дәмхана, асхана және т.б.

Тамақтану кәсіпорнының әр түрінің осы классификациялау белгісіне байланысты оған сәйкес тағамдар мен сусындардың түр-түрі, қолданылатын қызмет көрсету түрлері мен қатар олардың орналасқан жері, клиенттердің қызмет көрсетілетін контингенті – сыныптаманың басты критерийлерінің бірі.

Мейрамхана – қонақтарға тағамдар, сусындар, онымен қоса, фирмалық және күрделі даярланған кондитерлік өнімдердің кең сұрыпталымын ұсынатын тамақтану кәсіпорны. Мейрамханалардағы қызмет етудің жоғары деңгейі білікті аспазшылармен, даяшылармен, метродетелдермен қамтамасыз етіледі және демалыс пен көңіл көтеру шараларын ұйымдастырады.

Кафе – қонақтарға тағамдар мен сусындардың, ұннан жасалған кондитерлік өнімдердің, қышқылдығы жоғары сүт өнімдерінің, демалыс пен көңіл көтеру шараларымен қоса шектеулі сұрыпталымын ұсынатын тамақтану кәсіпорны. Көптеген қонақүй кешендері өз құрылымында мейрамханалармен қатар кішігірім кафе болғанын қалайды.

Бар – қонақтарға сусынның түр-түрін, десерт, тәтті тағамдар мен дәмтатымдарды ұсынатын маманданған тамақтану кәсіпорны. Барда жайлы демалуға, әуендер тыңдауға мүмкіндік бар.

Буфет – сол жерде тұтынуға арналған суық дәмтатымдардың, бутербродтар, сусындар, тоқаштар мен кондитерлік өнімдердің, дайындалуы күрделі емес тәтті тағамдардың шектеулі сұрыпталымын сатылымға шығарады. Буып-түйілген өнімдерді өзімен бірге алып кетуге, сонымен қатар сатылымдағы тауарларды сыртқа сатылымға шығаруға рұқсат етіледі. Қонақүйлерде электрплиталарымен, тоңазытқыштармен, тоңазытатын сатушы сөрелерімен, кофеқайнатқыш және олардан басқа заманға сай жабдықтармен қамтылған буфеттер жұмыс істейді.

Дәмхана – даярлануы күрделі емес тағамдар мен дәмтатымдарды, сорпаларды, салқын және ыстық сусындарды, ұннан жасалған кондитерлік өнімдерді даярлайды, сатады және орнында тұтынуды ұйымдастырады.

Асхана – тамақтану кәсіпорны ретінде курорттық қонақүйлерде жиі кездеседі. Таңғы, түскі, кешкі астарды даярлауға, сатуға және тұрғындардың санына қарамастан сол жерде тұтынуды ұйымдастыруға, сонымен қоса өзімен бірге үйге алып кетуге арналған қызметтердің қосымша түр-түрін ұсынады.

Орналасқан жері. Орналасқан жеріне байланысты келесі түрлерге бөледі:

Қалалық мейрамханалар. Қала аумағында орналасқан және тағамдардың, дәмтатымдардың, сусындардың түрлі сұрыптамасын ұсынады немесе түскі және (немесе) кешкі асты ұсынумен мамандандырылады. Белгілі бір уақытта жұмыс істейді және көп клиенттері болады.

Вокзалдық мейрамханалар. Теміржол вокзалдарында және әуежайларда орналасқан. Тәулік бойы жұмыс істейді. Тағамдардың, дәмтатымдардың, сусындардың шектеулі терімі. Төмен бағалар және осыған қатысты жылдам қызмет көрсету тән.

Вагон – мейрамханалар. Негізінен алыс сапарға жүретін пойыздарда болады және жолаушыларға қызмет көрсету үшін арналған. Вагон – мейрамханалар мәзіріне салқын дәмтатымдар, бірінші және екінші тағамдар, ыстық сусындар, кешенді түскі астар, сонымен бірге пойыздың барлық вагондарында даяшылар сататын пакеттердегі жолға арналған терімдер, кондитерлік өнімдер, жемістер, шырындар, минералды және жеміс сулары кіреді.

Теплоходтағы мейрамханалар. Жолсапардағы жолаушылар мен туристерге қызмет көрсету үшін арналған. Бұл жерде таңғы, түскі, кешкі астар ұсынылады. Қызмет көрсетуді даяшылар атқарады, бірақ өзін-өзіне қызмет көрсетуді де қолдана алады. Ірі теплоходтарда бірнеше мейрамханалар болуы мүмкін.

Автокөлігінен шықпауды қалайтын *автотуристерге арналған мейрамханалар.* Тас жол немесе ірі автотұрақтар маңайында орналасқан. Уақытты үнемдеу мақсатымен клиенттерге доңғалақ конькимен сырғып келетін даяшылар көлігінде қызмет көрсетеді. Мейрамханалардың мұндай түрі АҚШ-та кең таралған.

Барларды олардың мейрамхана ғимаратында орналасқан жеріне байланысты сыныптауға болады:

Вестибюльдік бар - кездесулер мен әңгімелесу үшін жайлы жер болып табылады.

Мейрамхана бар - мейрамхана интерьерінің дәстүрлі және ең тартымды элементі болып табылады.

Қосымша бар-мейрамхана ғимаратының астыңғы жағында, төменгі қабатында орналасқан сауда нүктесі. Үлкен отельдер-

де олар бірнеше болуы мүмкін. Бұл жерде қонақтарға тікелей нөмірлерінде қызмет көрсету үшін шараптар, сыралар және басқа сусындар топталады.

Банкеттік бар. Банкеттік залда орналасқан. Тек қана банкеттер мен конференцияларға қызмет көрсету үшін қолданылады. Әдетте, банкеттік барда қымбат және танымал шараптардың, сусындар мен сыралардың үлкен қоры болады.

Бассейн айналасындағы бар. Қандай да болмасын жоғарғы разрядты отель (курорттық қана емес), қонақтар бір бокал экзотикалық коктейль немесе қандай да бір басқа сусынмен демалуға болатын бассейн және оның айналасындағы барсыз түкке тұрғысыз.

Шағын барлар. Қонақ бөлмелеріндегі тоңазытқышы бар шағын барлар. Қонақтарды тәуліктің қай уақытында да болмасын сусындармен қамтамасыз ету үшін арналған. Шағын барлардағы сусындар қоры күн сайын толықтырылып тұрады, ал қосымша ішілген сусындардың есебі ортақ шотқа кіреді.

Қызмет көрсетілетін клиенттердің (қонақтардың) контингенті. Бұл критерийге байланысты тамақтану кәсіпорындары келесі түрлерге бөлінеді:

- көпшілікқолды;
- клиенттердің белгілі бір контингентіне қызмет көрсетуге байланысты.

Қонақүй құрылымындағы мейрамхана, кафе, барлар қонақтарға бірінші кезекті қызмет көрсетуге арналса да, көп жағдайда көпшілікқолды болып келеді. Ал отель-клубтар, пансионаттар құрамындағы тамақтану кәсіпорындары тек қана өз қонақтарына қызмет көрсетеді.

Өнім сұрыпталымы (мамандандыру). Ұсынылатын өнім сұрыпталымның қаншалықты кең көлеміне байланысты тамақтану кәсіпорындарының алдымен екі ірі категорияларға ерекшелеп бөлуге болады:

- толық сервистік;
- мамандандырылған.

Тамақтану кәсіпорындарының ішінде, көп жағдайда, тек қана кафе мен мейрамханалар толық сервисті бола алады, себебі олар дәмтатымдар, тағамдар, тоқаштар мен ұннан жасалған

кондитерлік өнімдердің түрлі сусындардың кең іріктелімін ұсынады.

Толық сервисті мейрамханалар мен дәмхана мәзірінде «жоғарғы деңгейдегі аспаздыққа» (*фр. haute cuisine*) жатқызатын фирмалық және тапсырыспен алынатын тағамдардың үлесі жоғары. Толық сервисті мейрамханаларға қызмет көрсетудің өте жоғары деңгейі тән: метрдотель қонақты қарсы алады және стөлге отырғызады, аға даяшы тағамдар жөнінде кеңес беріп, тапсырысқа берілетін тағамдардың ерекше қасиеттерін түсіндіреді, осыған сәйкес, бұл тағамдарға қандай шарап қолданудың дұрыс екеніне кеңес береді.

Толық сервистік мейрамханаларды безендіру – әсіресе, мейрамхана іске асыруға тырысатын ортақ көңіл-күйге сәйкес. Мол тағам, қызмет көрсету мен ахуал – осының барлығы бірлесе ұмытылмас әсер қалдырады.

Тамақтану кәсіпорындарының мамандандырылуы әртүрлі бола алады: белгілі бір аспаздық (француз, итальяндық, қытай және т.б.) тағамдарында кең маманданудан бір немесе бірнеше атаулары бар тағамдардан тар мамандануға дейін. Бір негізгі тағамды даярлауға әдетте жылдам қызмет көрсететін кәсіпорындар мамандандырылады. Олардың ұсынатыны:

Гамбургерлер	Mc Donald`s, Burger King, Wendy`s;
Пиццалар	Pizza Hut, Domino, Little Ceasar;
Теңіз тағамдары	Red Lobster, John Silver`s;
Тауықтың балапанынан	KFC, Church`s;
жасалған тағамдар	Sizzler, Ponderosa, Bonanza;
Бифштекстер	Subway ;
Сэндвичтер	International House of Pancakes, Country
Құймақтар	Kitchen

Тамақтану кәсіпорындарының қарастырылып отырған сыныптауы әлдеқандай шартты сипатқа ие, осыған байланысты бір мейрамхана бір уақытта толық сервисті де және мамандандырылған да бола алады. Мысалы, француз аспаздығының тағамдарында мамандандырыла отырып, мейрамхана олардың тағам атауларының кең (15-тен аз емес) сұрыпталымын ұсынады.

Тамақтану кәсіпорындарының әр түрлерінің арасында сатылатын сусындар (шарап, сыра, сүт өнімдері, коктейль-бар және т.б.) сұрыпталымына байланысты барларды мамандандыру әлдеқандай оңай.

Дәмханалар да, солайша жалпы түрдегі және мамандандырылған болып бөлінеді (кәуап, чебурек, пицца, құймақ, бульбян, сорпа және т.б дәмханалары).

Сыйымдылығы. Мейрамханалар үшін 50-ден 500 орынға дейін жете алады, кафелер үшін – 50-ден 150 орынға дейін, асханаларда – 50, 100, 200, 500 және одан да көп бола алады, және т.б.

Қызмет көрсету түрі. Қолданылатын қызмет көрсету түріне байланысты тамақтану кәсіпорындары келесі түрлерге бөлінеді:

- өзіне-өзі қызмет көрсету кәсіпорындары;
- даяшылардың ішінара қызмет көрсетуі;
- даяшылардың толық қызмет көрсетуі;
- буфетшілердің қызмет көрсетуі.

Жұмыс істеу уақыты. Осы критерийге байланысты тамақтану кәсіпорындары келесі түрлерге бөлінеді:

- тұрақты жұмыс істеуші;
- маусымдық, сонымен бірге:
- түскі және кешкі уақытта жұмыс істеуші;
- түнгі уақытта жұмыс істеушілер (түнгі барлар).

Қызмет көрсету көрсеткіші. Тамақтану кәсіпорындары келесі категорияларға бөлінеді:

- люкс;
- жоғары дәрежелі;
- бірінші;
- екінші;
- үшінші дәрежелі.

2. Сауда мекемелері

Дүкен (фр. Magasin сөзінен) – тауарларды сатуға және сатып алушыларға қызмет көрсетуге арналған және сауда, қосалқы, әкімшілік-тұрмыстық жайлармен, сонымен бірге тауарларды қабылдауға, сақтауға және оларды сатылымға дайын-

дауға арналған (қоймалармен) жайлармен қамтылған, арнайы жабдықталған стационарлық ғимарат немесе оның бөлігі. Заңнамаға сәйкес, дүкеннің салық органдарында тіркелген аз дегенде бір кассалық аппараты болуы тиіс. Кейбір дүкендер төлем үшін пластикалық карталарды қабылдайды.

Супермаркет – тамақтану өнімдері мен сусындардың, сонымен қатар үй шаруашылығына арналған қағаз өнімдерінің, кір жууға және ыдыс жууға арналған сабындардың, кір жуғыш ұнтақтардың, санитарлық және гигиена құралдарының, қағаз қаптамадағы кітаптардың, бөлме гүлдері мен дала гүлдерінің, үй жануарларына (ит пен мысық қорегі) арналған өнімдердің, автокөлік тауарларының, ойыншықтардың, құттықтау открыткаларының, бояулардың (косметика), ыдыстардың, дәрі-дәрмектердің (рецептсіз сатылатын) және т.б. өнімдердің толық сұрыпталымын сататын, өзін-өзіне қызмет көрсететін ірі әмбебап дүкен. Кейбір супермаркеттердің өзінде нан пісіретін жері болады және түрлі қызметтер ұсынады (брокерлік, сақтандыру және т.б.). Супермаркеттер жиі ірі сауда желілерінің бөлімшесі болып келеді.

Әдетте супермаркетте сауда бір жұмаға алдын ала жасалады, себебі өнімдерді көп мөлшерде сатып алған тиімді болып саналады.

Гипермаркет – сауда бөлімдеріне бөлінген, өз-өзіне қызмет көрсететін дүкендердің және дүкеннің ұйымдастырылу қағидаларын бірлестіретін дүкен түрі.

Дүңгіршек (ларёк) – кішігірім көлемдердегі көшедегі жабдықтама. Ұсақ бөлшек саудаларды немесе қоғамдық тамақтану өнімдерін сатуға арналған орын. Сонымен бірге, ақпарат алу орны ретінде қолданыла алатын ақпараттық дүңгіршек.

Дүкенше (ағылш. store) – сатушылар (дүкенше ұстаушылар) өз тауарларын жайып қоятын дүкенше аталатын шағын дүкен (Салыстырыңыз: Бакалея дүкеншесі, Кітап дүкеншесі).

3. Жабдықтау мекемелері

Қойма – материалдық құндылықтарды сақтауға арналған орын, бөлмелер кешені. Логика бойынша, қойма жеткізілімдер мен сұраныстың жалпы көлемдерінің ауытқуларын демпингілеу

үшін және даярлаушылардан тұтынушыларға бағытталған тауарлар ағымдарының жылдамдығын немесе технологиялық өндірістік жүйелердегі материалдар ағымдарын синхрондауға қажетті қозғалыс жүйесіндегі материалдық ресурстардың резервтерін шоғырландыру функциясын атқарады.

Қоғамдық тамақтану кәсіпорындарының алуан типтері үшін қоймалық жайлардың құрамы мен алаңы кәсіпорынның типі мен қуаттылығына байланысты құрылыс нормалары және қоғамдық тамақтану кәсіпорындарын жобалау тәртіптеріне сүйеніп орнатылады.

Қоймалар құрылымы төмендегілермен қамтамасыз етілуі керек:

- материалдық құндылықтардың толықтай сандық және сапалық сақталымымен;
- сақталымның тиісті тәртіптемесімен;
- қойма операцияларын орындаудың рационалдық ұйымдастырылысымен;
- еңбектің нормалық шарттарымен.

Қоймалық жайлардың жабдықталуы кәсіпорынның типі мен қуаттылығына, тауар қорларының нормативтеріне байланысты. Қоймалық жайлардың жабдықтарына өнімдерді сақтау мен орналастыруға арналған сөрелер (стеллажи) мен тауар астарына қойылатын сөрелер, ет камераларындағы аспалы ілгектер, салмақ өлшеуіш, көтергіш-көлік және тоңазытқыш жабдықтар.

Қоймалық жайлар қажетті инвентарьмен, шикізатты қабылдау және ыдысты ашу үшін, оның сақталуы мен жіберілуі үшін арналған құрылғымен, қойма жайларына арналған көліктермен қамтылуы тиіс.

4. Мейрамханалар мен туристердің басқа тамақтану кәсіпорындарының жабдықтамасы

Мейрамханалар мен туристердің басқа тамақтану кәсіпорындарының жабдықтары үшін арнайы жиһаз қолданылады: қарапайым, банкеттік және фуршеттік үстелдер, креслолар, орындықтар, асханалық жайылғылар мен жұмысқа арналған құралдарды қоятын даяшыларға арналған қосымша стөлдер, сер-

ванттар, серверленетін жылжымалы столдер, сыралар мен суды тоңазытуға арналған тоңазытқыш шкафтар.

Басқа қоғамдық тамақтану кәсіпорындарында қолданылатын жиһазға қарағанда, мейрамханаларда қолданылатын жиһазға жоғары талаптар қойылады. Мейрамхананың жиһазы тек эстетикалық құндылыққа, жетік беріктікке, санитарлық өңдеуден оңай өтуге ие болуы ғана емес, келушілердің демалысына арналған қажетті ыңғайлылықтарды жасай отырып, максималды жайлылықпен қамтамасыз етуі керек.

Үстелдер. Мейрамханадағы үстелдер басқа қоғамдық тамақтану кәсіпорындарындағы үстелдерден өз көлемдерімен, әрлеу жұмысымен, қолдану сипатымен өзгешеленеді.

Мейрамхана үстелдерінің бетінің үлкендігі аса толық серверлеумен, тағамдардың кең және түрлі сұрыпталымы бойынша анықталады. Дәстүр бойынша, тағамдар мен сусындармен толтырылған үстел – қонақжайлылықтың, молшылықтың, жайлылықтың белгісі болып саналады. Практиканың көрсетуі бойынша, мейрамхана үстелдерінің ең қолданыстағы кеңдігі – 800 – 1200 мм. Бұл серверлеу үшін және келушілер мен қызметкерлерге жайлы жағдай жасау үшін әбден жеткілікті.

Мейрамханаларға негізінен диаметрі 100 см дөңгелек үстелдер, шаршы 90*90 см және төртбұрышты 85*120 және 90*80 үстелдер қойылады. Үстел бетінің төртбұрышты түрі ыңғайлы және ас ішетін зал аумақты үнемдеуге мүмкіндік береді. Сонымен, 12 адамды отырғызу үшін, 3,5 м² аумағын алатын ұзындығы 3,6-4,2 м төртбұрышты үстел қажет, ал 12 адамға арналған дөңгелек үстел 5,5 м² орын алады. Оған қоса, төртбұрышты және шаршы үстелдерді қажетті жағдайда бір қатарға жылжытуға болады. Дөңгелек үстелдерді қолданатын мейрамханалар әдетте оларды залдың ортаңғы жағына орналастырады, ал төртбұрышты үстелдерді қабырғаларға жақын қояды. Алты және төрт орындық төртбұрышты үстелдерді қосқанда он адамға арналған үстелді алуға болады. Осылайша, үстелдерді бір қатарға құру мүмкіндігі, олардың бірдей ені мен тік бұрыштарына байланысты. Мейрамханалардың көпшілігінде үстелдерге дастархандар жайылады. Бірақ кейде дастархансыз қызмет көрсетеді. Жақсы әрленген, сәнді текстурадағы үстелдің

бетіне кішірек майлықтарды төсейді. Қызмет көрсетудің осындай екі түрі үстелдің қандай материалдан жасалғанына және құрылуына қарап анықталады.

Дастарханмен қызмет көрсетуге арналған мейрамханалық стөлдер, әдетте, ағаштан жасалады. Серверлеу құралдарының беріктігімен қамту үшін дастархан астынан ауыстыруға және жууға ыңғайлы кенептен жасаған бауларымен немесе резеңкесі бар тысты кигізуге болады. Алайда, ортақ дастарханды қолданғаннан гөрі, жеке майлықтарды қолдану гигиенаға жатады және стөлдің бетіне жабу үшін эстетикалық тартымды түрлі-түсті декоративті пластиктарды қолдануға мүмкіндік береді.

Мейрамхана стөлдеріне банкеттік және фуршеттік үстелдер де жатады. Фуршеттік үстел қарапайым мейрамханалық үстелдерден кішкене биігірек, 1000-1100 мм, кеңдігі 1200-1500 мм. Банкеттік ұйымдастырған кезде шаршы немесе төртбұрышты қарапайым ас ішетін үстелдер қолданыла алады. Оның ішінде қажетті өлшемдегі банкеттік үстелдер болады. Банкеттік үстелдің кеңдігі 1000-1200 мм. Сонымен қатар, аяқтары жиналатын бөлшектенетін үстелдерді қолданады, олар жолға шығушы фуршеттер мен буфеттерді ұйымдастыру үшін қолдануы мүмкін. Фуршеттік үстелдер алдымен шақырылған адамдардың тұрып жеп ішуіне байланысты қонақтарды қабылдау кезінде қолданылады. Оларды «Швед үстелін» жаю үшін қолдана алады. Фуршеттік үстелді алдын ала серверлейді. Үстелге бір уақытта қоятын дәмтатымдары, сусындар шөлмектері, тәрелкелері, фужерлары, асхана аспаптары бар көптеген тағамдар мейрамхананың қарапайым үстеліне қарағанда, үстел бетінің одан да үлкен өлшемін қажет етеді. Фуршеттік үстелдің көбіне орынды кеңдігі – 1200-1500 болады. Үстелдерге банкеттік дастархандарды жаяды. Үстелдерді шақырылғандардың санына қарап ұзынынан, 8 адамға арналған, екі жағынан да бір метр есебіне байланысты қояды.

Креслолар мен орындықтар. Мейрамхана креслолары ас ішу кезінде ғана емес, сонымен бірге демалу, әңгімелесу кезінде де адамға жайлы жағдай жасауы керек. Креслолар орындықтарға қарағанда кішкене кеңірек және шұңғылдау болып келеді, бірақ аса кең болуы, әсіресе төртбұрышты үстелдер қолданылатын залдарда, оларды абажадай және үнемсіз қылып көрсетеді – өте

кең креслолар үстелдің ұзындығына сәйкес келмеуі мүмкін. Шаршы тәрізді үстелдер кең креслоларды қолдануға үлкен мүмкіндік береді, себебі креслоның кеңдігі барлық жағдайда үстелдің кеңдігінен кішірек болады.

Мейрамхананың жартылай креслолары кіші габоритті креслолардан ерекшеленеді. Бірақ, жартылай креслолар беретін белгілі бір орын үнемдеуіне қарамастан, кей ыңғайлылықтың төмендеуінен болғанын естен шығармау керек. Даяшының жұмысын қиындатпас үшін, орындық немесе кресло арқашасының биіктігі еденнен 90-100 см-ден аспауы тиіс. Үлкен зал алаңдары бар мейрамханаларда дивандарды қолданған жөн. Әдетте, мейрамханаларда үстелдер мен оларға креслолардың таңдалуы интерьердің көркемдік шешіміне байланысты. Ең дұрысы, үстелдер мен орындықтардың (креслолардың) негізгі қаңқалары (каркас) бідей, өңделген және боялған материалдан болуы керек. Іс жүзінде мейрамханаларда ағаш үстел (дастарханмен қызмет ету) мен оған сәйкес металикалық негіздегі креслоларды жиі қолданады. Дастархандар жайылатын үлкен мейрамханалық үстелдерге кіші габоритті орындықтарды қою дұрыс болмас, себебі олар өте кішкене, ал үстелдер өте үлкен болып көрінеді.

Қосалқы үстелдер тағамдарды жіберуге дайындау үшін қажет; олардың үстіне қолданылған ыдыстарды да қояды. Әдетте, олар залдағы ас ішетін үстелдер секілді бір материалдан жасалады. Мұндай үстелдердің биіктігі ас ішетін үстелдердің ұзындығымен сәйкес келуі тиіс, ұзындығы және кеңдігі 500*500 немесе 600*800 мм. Жылжымалы серверлейтін үстелдер тағамдарды ас ішетін үстелге апаруға арналған. Олар екі, үш, төрт доңғалақта құрамаланады. Металикалық беті алынатын поднос серверлейтін үстелдер бар. Серверлейтін үстелдердің электржылытқыштары болуы мүмкін.

Серванттар (даяшылардың ишафтары) асхана аспаптары мен асхана жайылғыларының және т.б. артық қоры үшін арналған. Серванттың пластикпен жапсырылған (кейде қосымша алынатын тақтаймен) үстіңгі беті – серверлейтін үстелдің функциясын атқарады. Серванттың әрленуі залдағы жиһаздың таңдалымына қарай сәйкес келуі керек. Ең тәуірі, залдағы ас ішетін үстел үсті түсінің (дастархан, пластик, ағаш) қарапайым, ұстамды әрленуі.

Серванттарды әсіресе колонналардың, т.б қабырғаларына орналастырады. Шағын залдарда кейде серванттардың орнын ауыстыратын үстелдер қолданылады. Мейрамханада әдетте буфеттер ұйымдастырады: негізгі буфеттер-кофе ішетін буфеттер. Буфеттердегі барлық өнімдерді даяшылар үйлестіреді.

Негізгі буфетті арақ-шарап өнімдерін, су, сыра, жемістерді, кондитерлік және табак өнімдерін сату үшін жабдықтайды. Бұл буфет түрін әсіресе екі бөлімшеден: біріншісі – өнімді сатуға арналған және екіншісі – қосалқы, яғни, тауарларды сақтауға арналған бөлімшеден тұратын сауда залымен аралас жайларда орналастырады. Біріншісінде буфеттегі өнімдерді көрсету үшін сөрелері бар витринамен жабдықтайды. Сатушы сөресінде шараппен арақты мөлшерлеу үшін циферблатты таразылар мен мензуркасы бар сырғанақ та болуы керек.

Буфетте, жіберілу кезінде түрлі температурада болуы тиіс (шампан – 5-6°, алкогольсіз сусындар -10-12°) сусындарды сақтау үшін тиісті температуралық режим ұсталатын бірнеше сөрелері бар тоңазытқыш шкафы болуы керек. Үлкен мейрамханалардың буфеттерінде тоңазытқыш шкафтардан басқа, тауарлардың ірі топтамасын сақтау үшін тоңазытқыш камераларды орналастырады. Раковинаға суық және ыстық суды өткізе жабдықтайды. Кофе буфеттері кофе және басқа ыстық сусындарды – шай, какао, шоколад дайындау және сатуға арналған. Бұл буфеттің негізгі жабдықтамасы – жедел-кофеқайнатқыш, кофе ұнтақтауыш, электрплитасы, шай қайнатуға арналған жылытқыш және сүтке, кілегей және кофені, пирожное мен торттарды салқындатуға арналған тоңазытқыш шкаф.

Кофе буфеттері нан-турауышпен бірлескен бола алады. Нан-турауыш буфет нанның түр-түрін дайындауға және сатуға арналған. Нанды кесу үшін нан-турауыш машина немесе иінтіректі (рычажный) пышақ қолданылады. Артық нандарды стеллаждары бар шкафтарда сақтайды. Нан тураушының жұмыс орны үстелмен, таразылармен және инвентарьмен: нан турайтын тақтайшалармен, пышақтармен, пышақтарды қайрауға арналған қайрақтармен, қысқыштармен, екі айырлы шанышқылармен, қоқымдарды жинауға арналған қалақша мен щеткамен жабдықталады. Нан тураудың белгілі бір тәртіптері болады. Оны

салмағы 40-50 г. етіп тілімдеп кеседі және жіберудің алдында жұмсақ нанмен пирожки салатын тәрелкелерге сол жаққа салады. Фуршеттер үшін нанның әр тілімін ортасынан тағы кесіп кішкене тәрелкелерге қатарлап салады. Буфетте тостер болған жөн. Нанның ұлттық түрлерін өзгеше кеседі және ыдысқа салады: тоқаштарды бүтін күйінде немесе екіге бөлінген түрде, өзбек шелпектерін – бүтін күйінде береді және т.б.

Сервиз – ыдыстар мен жабдықтарды сақтайтын және даяшыларға жіберетін орын. Сервиз әдетте ыдыстар мен жабдықтар санитарлық өңдеу өтетін ыдыс жуудың қасында орналасады. Сервиздің негізгі жабдықтары – ыдыстар мен жабдықтар сақталатын жердегі шкафтар мен сөрелер. Шет елдерде, әсіресе, фин мейрамханаларында қолданылатын шыны және фарфордан жасалған ыдыстар мен жабдықтарды сақтауға сервизде ілініп қойылған сөрелер ыңғайлы болып келеді. Сервирлеу заттарын сервизде белгіленген рет бойынша қояды. Асхана жабдықтары пышақтар, қасықтар және шанышқыларды бөлек-бөлек ұясы бар жәшіктерде сақтайды; ыдыстардың әрқелкі түрлеріне арнайы белгілі орындар бөлінген. Ыдыстарды жіберу реті мейрамхананың жұмыс тәртібіне байланысты. Кішігірім мейрамханаларда сервизден ыдыспен қоса асхана жаймалары жіберіледі.

Серверлеу құралдарын өңдеу және сақтау. Серверлеу құралдарын өңдеу көп еңбектің жұмсалуды талап етеді. Асхана ыдыстары мен құралдарын жуатын жайда келесі операциялар орындалады: қолданылған ыдыстарды бөлу; оны тамақ қалдықтарынан босату; ыдыстарды, легендерді, ас құралдарын жуу; кептіру; ыдыстарды, легендерді, ас құралдарын сақтау және беру.

Асхана ыдыстарын өңдеу және оны қолдану жерімен ыдыстарды жуатын жер арасында аз қашықтық болса ыңғайлы болып келеді. Ыдыс жуатын жерде өзіне сәйкес желдеткіш мен шуылды азайтатын құрылғысы болғаны жөн. Құрал-жабдықтарды таңдағанда жуу және сервиз жайының тікелей байланысын мұқият есепке алу керек. Ірі тамақтану мекемелеріндегі жуу бөлімінде универсалды ыдысжуғыш машинасы, ас құралдарын жууға арналған машина, фужерларды жууға арналған арнайы машина болады. Қосымша нұсқа ретінде жуу ванналары ескеріледі.

Ыдысжуғыш агрегатының күштілігіне әсер ететін негізгі факторлар болып: серверлеу құралдарын өңдеуге жайдың жоспарланған ерекшеліктері; қызмет көрсететін персонал мен еңбекті ұйымдастыру квалификациялары; серверлеу құралдарының мөлшері; ыдысжуғыш агрегатының болжамдалған жұмыс кестесі; клиенттерді залға кіргізу қабілеті.

5. Қоғамдық тамақтанудағы инновация және Қазақстандағы тамақтану мекемелерінің статистикалық мәліметтері

Қоғамдық тамақтану саласы қазіргі заманғы адамның өмірінде өсу рөлінде дамып келеді. Бұл ең алдымен, қайта өңдеу технологиясының өзгеруімен, коммуникацияның дамуымен, жеткізу құралдарымен, өнім мен шикізат, көптеген өндірістік процестердің қарқындалуымен қамтылады.

Беларусь республикасындағы қоғамдық тамақтануда әрекеттегі және салыстырмалы бағадағы тауар айналымының өсуі, сандардың тиімділігі және қоғамдық тамақтану объектілері типінің әркелкілігі соңғы жылдары байқалып келеді. Бүгінгі күні қоғамдық тамақтану желісінде 707,3 мың орынға 11,1 мың объект. Қызмет көрсету желісінде 1000 тұрғынға 19,9 орын қамтылған (1000 адамға 17 орыннан кем емес мөлшерінде). Сонымен қатар, бұрынғыдай қоғамдық тамақтануда ең жоғарғы сыбағалы мекеменің шығын салмағы – сала бойынша 27,2% құрайды.

Қоғамдық тамақтану мекемелерінде шығынды жеңу шарты ретінде бәсекелестікті тиімді қалыптастыратын және қамтитын инновациялық қызмет болды. Инновацияны құру, түсіну, тарату және қолдану инновациялық қызметтің ең қарапайым түсінігі ретінде анықтауға болады. Қоғамдық тамақтану саласындағы инновацияны ендіру бірнеше бағыттарда мүмкін бола алады: өндірісте, қызмет көрсету технологиясында, клиенттермен, персоналдармен жұмыста, жарнамада.

Сонымен, құрал-жабдықтар инновациясында шағын көлемде болсын тұтынушы көз алдында тікелей тағамды дайындауға, тұтынушыға қызмет көрсетуде лайықты бәсекелестікті адамның әртүрлі талғамын қанағаттандыра алатын түрлі әлеуметтік топтардағы клиенттердің назарын аударуға мүмкіндік береді. Соңғы жылдары пайда болған тамақтану ұйымдарының жаңа

типi – мейрамханалық тез қызмет көрсету, сонымен қоса, ұлттық асхана, желілік ұйымдар және т.б.

Осындай ұйымдар орта салалық деңгейден 6 есе артық деңгей көрсететін үлкен инвестициялық қайтарым, тиімділік, функционалдылықпен қамтылған. Шет мемлекеттеріндегі қоғамдық тамақтану өндірісінде инновациямен қамту тәжірибесі қызықты болып келеді.

Мысалы, 2005 жылы Австралияда электрондық сомолье атты шараптық инновация туындады. Ол оны құрған компания сияқты электронды сомолье Wine Expert деп аталады. Мәзір пунктін басып клиенттер шарапты 6 негізгі әдіс арқылы іздей алады: типі бойынша (қызыл, ақ, ойнақы, берік, т.б.), жүзім сорты бойынша, шарап аты бойынша, мемлекет және нақты бір аймақ бойынша іздеген шарап, сәйкес келетін баға және тағам диапазоны бойынша. Бірнеше кезекті қадамдардан кейін киоск нақты бір шарапқа тоқталуға көмектесіп қана қоймай, қойманың (дүкен) сызбасын салып, шөлмектің сөресін, қатарын, қайда тұрғанын көрсетеді. Wine Expert сатып алушыға таңдаған шарабының дәмін нақты сипаттап береді. Сонымен қоса, Wine Expert-ке штрихкодтар сканері енгізілген. Сөреден алған шөлмекті роботқа әкелгенде бұл шарап туралы толық мәліметті білуге болады, сондай-ақ, тағамдармен үйлестіру және әртүрлі рецепттер ұсынысын көрсетеді. Тағы, таңдаған шарап туралы ақпаратты басып шығаруға немесе e-mail жіберуге болады. Персонал әр уақытта Wine Expert-ке толықтырулар енгізуіне болады.

Қазіргі кезде Wine Expert технологиясы арнайы Жапония нарығы үшін қайта өңделіп жатыр – электронды мәліметтер базасын күріш шараптарымен толтыру. Жапонияда 2008 жылдың басында өздерінің робот сомольелерін жасаған (өнер табыс жарыққа шығып үлгермей, оны лезде 2008 жылғы Гиннестар рекорды кітабына енгізген). Роботтың бойы үлкен емес – 40 см. Оның сол қол-манипуляторы санайтын құрылғымен жабдықталған, дегустация үшін шарабы бар шөлмекті жақындағу керек. Роботта шараптың шыққан жері, нақты өндірушісі, шараптардың түстік, дәмдік және бағалық мінездемелері мәліметтер базасына енгізілген. Осы базаның сипаттамалары бойынша роботтың өзі клиенттерге сұрақ қоя алады. Жауаптар негіздемесі бойынша робот клиенттерге өзі сөйлем құрып, жауап бере алады. Сонымен

қатар, роботта шарапты құйып, оның сапасын сынап көруге болатын арнайы жабдықталған жері бар.

Жапонияда желінетін ыдыс атты өндірілім де белгілі. Қоғамдық тамақтануда қолдануға керекті жапондық дизайнер Nobuhiko Ankawa өмірге желінетін ыдыс идеясын ұсынды. Ол өте оңай істелінеді – ұннан, тұздан және судан тұратын қамырды пісіру арқылы жүзеге асады. Олар жақсы сақталады және тамақтың дәміне әсер етпейді. Оларды суламаса ондай тарелкелер бірнеше ай бойы сақталып, көгермейді және бұзылмайды. Ол жайлы, қолайлы және таңқаларлық.

Еуропада желінетін ыдыс кең таралған: Чехияда карамель мен шоколадтан жасалған шай сервиздерін сатып алуға болады, Францияда – сағыз сияқты шайнауға болатын тіс тазалағыштары, Германияда – жеміс пастилаларынан жасалған десерттік тарелкелер мен шөлмектер. Австралияда кептірілген жемістерден жасалған арнайы терімдер (набор) жасалады, бірінші тағамға арналған тарелкелерді күріш ұнтағынан жасайды.

Еуропа, АҚШ және Жапониядағы мейрамханаларда әрдайым сыпайы болмайтын және қателесетін даяшыларды ауыстыру үшін жасалған жаңа технологиялық e-menu атты сенсорлық экран көмегімен тағамдарға тапсырыс беру дамып келеді. Сонымен қатар, электронды мәзір шығынды азайтуға ықпалын тигізеді, ол жас клиенттер үшін тартымды және тағамдардың фотосуреттері жарнама секілді көрсетіліп тұрады. Тель-авивтегі e-menu-мен қамтылған Frame суши-мейрамханасында табыс әдеттегіден 11%-ға өсті. Клиенттер үстелге тапсырыс бергенде, әдетте, экраны бар үстелге береді. Израильдегі суши-барларда, пабтарда және жанұялық мейрамханаларда e-menu құру басталып келеді. Жүйе сенсорлық терминалды база арқылы құрылған. Израильден басқа бұл жүйе Бельгия, Франция және ОАР мейрамханаларында құрылған.

Қоғамдық тамақтанудағы инновацияның тағы бір мысалы ретінде дәстүрлі емес мәзір жұмыс істейді: құрғақ жуылғыш тақташа технологиясын қолдану арқылы өндірілетін мәзірдегі жанатын тақташа. Мұның тиімділігі электронды тақташадағы арнайы маркермен жазылған тек мәтін ғана. Мәтін оңай өшіріледі, оны тез арада жаңа мәтінмен ауыстыруға болады. Тақташа 12 Вольт кернеуде жұмыс істейді, сондықтан қолдануға қауіпсіз.

Сонымен қатар, жедел қызмет көрсететін объектілерде кең таралым тапқан, мәзір түрі келушілерге ұсынатын тағамдардың суреттері көрсетілген жарық панельдері. Мұндай мәзір түрі тағам ассортиментін көрсету кеңдігі, тапсырыс беру процедурасын оңайлату арқылы уақытты үнемдеу және визуалды көз тартқыштықпен қамтамасыз етілген.

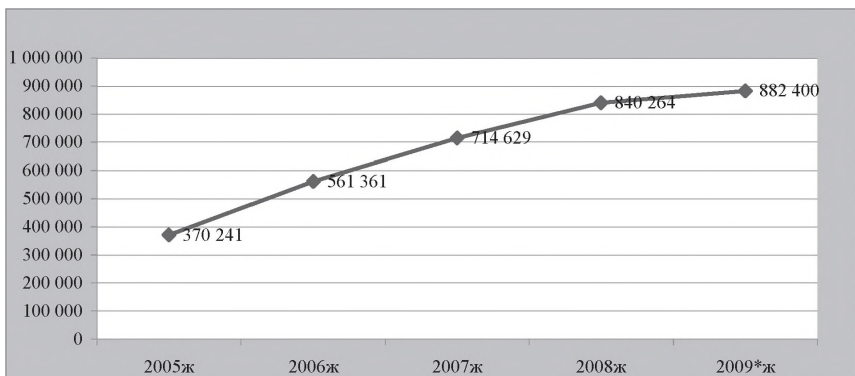
Қараңғыда қызмет көрсету – АҚШ мейрамханаларының бірінде енгізілген американдықтардың жаңа шешімдері. Телефондар, плеерлер және т.б. барлық жанатын заттарын клиенттер мейрамханаға кірерде тапсырады. Сонымен қатар, олар мәзірмен танысып, тапсырыс бере алады.

Мейрамханада арнайы қараңғыда жақсы бағдарланатын көзі көрмейтін даяшылар жұмыс істейді. Мейрамхана келушілері қараңғыда түскі немесе кешкі асты ішуге келгенде өз сезімдеріне толығымен топтана алады. Мейрамхана көзі көрмейтіндерді жұмыспен қамтамасыз етуге өз үлесін тигізді.

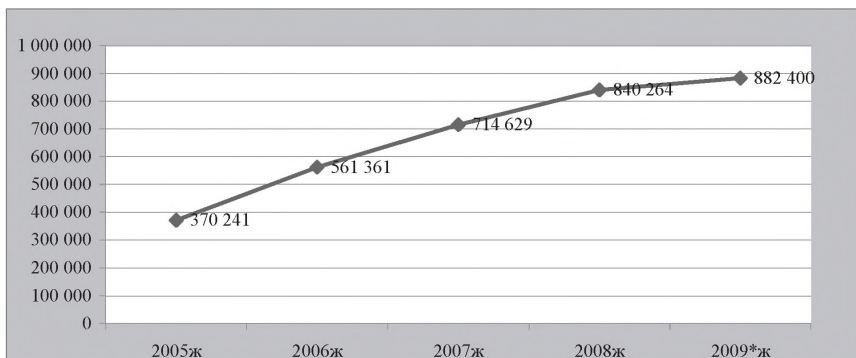
Персоналмен жұмыста да инновациялы шешімдер маңызды болып табылады. Бұл ең алдымен еңбек мотивациясына байланысты. Соңғы жылдары «минималды ақы – сату пайызы» деп аталатын төлем жүйесі пайда болып, өз қалаушыларын табуда. Қонаққа мәзір позициясын дұрыс таныстыратын тәжірибелі даяршылар үшін тартымды болып келеді. Ресейлік «АРПИКОМ» компаниясында, ең үздік даяршы, “айлық асхана қызметшісі” конкурстары өтіп жатыр. Жеңімпаз бас басқарушылармен кешкі асқа жиналып, қызықтыратын сұрақтарын қоя алады. Жылына бір рет «Жар-птица» мейрамханалық премияның салтанатты рәсімі өтіп тұрады, жыл бойынғы ең үздік қызметкерлерді марапаттайды. Марапатталғандарға Германияға, Чехия, Франция, Италияға саяхатты ұйымдастырады. «Кофемании» мәзіріндегі жайылатын кітапшаларды жақсылап қарасаңыз, халықаралық конкурстарда жүлделі орынға ие болған аспаздар жайлы ақпараттарды көре аласыз. Бұл ақпарат желі мәртебесін көтереді және жеңімпаздар мен жүлдегерлер қонақтар алдында оң көзқарас тудырады.

Сол себепті, инновацияның артықшылығы анық. Қоғамдық тамақтанудағы инновациялық қызмет республика экономикасында және нарықта тұрақты және тиянақты орын алуға септігін тигізеді. Әйтсе де, өндеу және енгізу процесі көп жағдайда үлкен көлемде ақшалай қаражаттардың тартылуын қажет етеді, бірақ соңғы қорытынды нәтижесі күткеніңізден асып түсуі мүмкін.

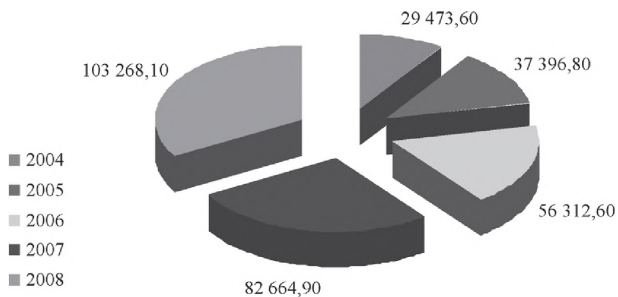
Қазақстандағы тамақтану мекемелері туралы статистикалық мәліметтері 16-суретте көрсетілген.



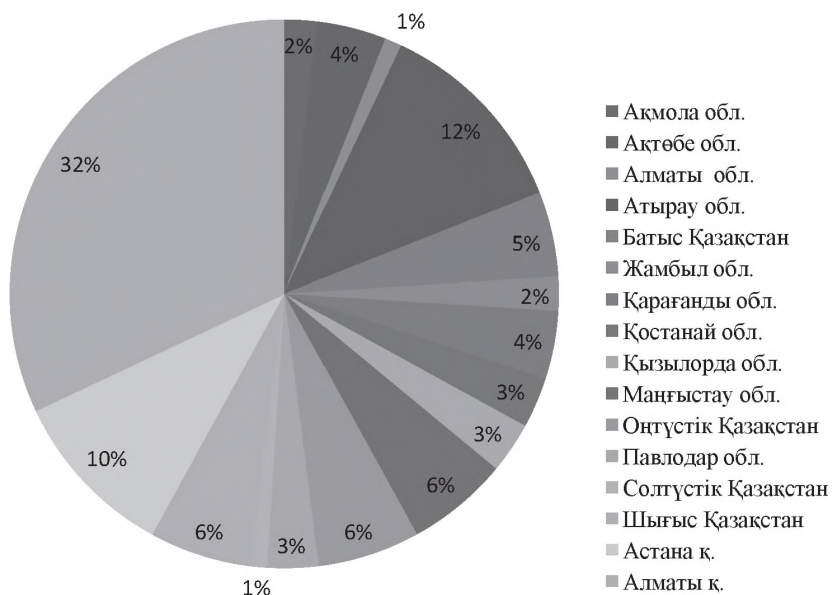
16-сурет. Қазақстандағы тамақтану мекемелері туралы статистикалық мәліметтер



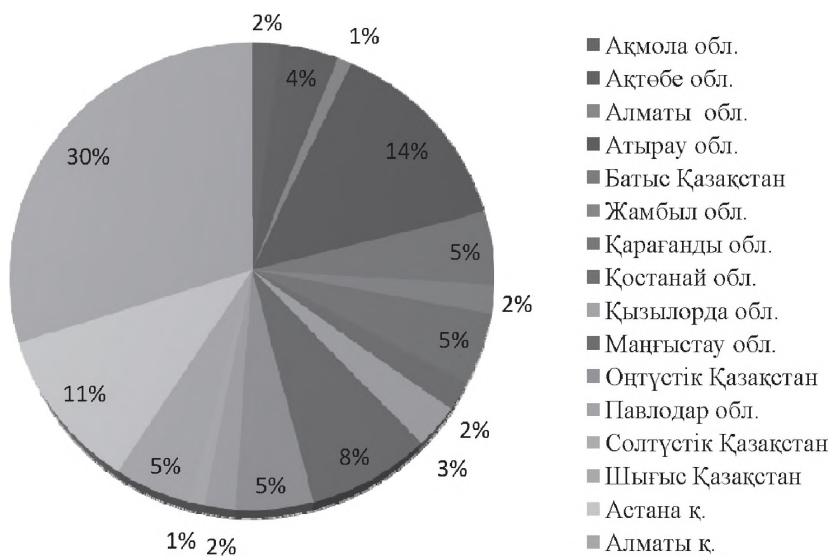
17-сурет. Қазақстан Республикасындағы қоғамдық тамақтанулардың саны



18-сурет. Қазақстан Республикасындағы қоғамдық тамақтану мекемелерінің көрсететін қызмет көлемі, млн. теңге



19-сурет. 2007 жылғы ҚР-ның қоғамдық тамақтану мекемелерінің қызмет көрсету көлемі, млн.теңге



20-сурет. 2008 жылғы ҚР-ның қоғамдық тамақтану мекемелерінің қызмет көрсету көлемі, млн.теңге

Туристік орталықтарда қоғамдық тамақтануды ұйымдастыру

Тамақтану – табиғи және жалпы жағдайда, әрбір адамның күнделікті қажеттілігі. Ол табиғаттан солай қалыптасқан. Ол қалыпты және ажырамас қажеттіліктерді қанағаттандырудан басқа, туризмдегі тамақтану жергілікті мәдениетті тану және ойын-сауықтың маңызды элементі ретінде қарастырылады. Ұлттық асхана өзімен танысу және қанағат алатын халық мәдениетінің маңызды элементінен негізделетін нақты ерекше сипаттары мен жергілікті тамақтану азық-түліктерімен ерекшеленеді.

Қоғамдық тамақтану жүйесі әртүрлі кластағы мейрамханалар, барлар, дәмханалар, асханалар, жедел тамақтану пунктері мен өзіне-өзі қызмет көрсететін туристік орталықтардағы немесе аумақтағы (жергілікті тұрғындардың) келушілердің қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін пайда болады. Тамақтану түрі туристік қызмет көрсетуде тапсырыс құрамында көрсетіледі: таңғы ас, жартылай пансион, толық пансион. Жартылай пансион (екі рет тамақтану) таңғы ас және түскі немесе кешкі ас. Пансион – үш рет тамақтану (санаторийларда төрт реттік). Қымбат қызмет көрсету *allinclusive* түрлерінде тамақтану және сусынды (спиртті сусындарды қоса) күнімен ішіп жүру, тіпті түнде де, кез келген уақытта, кез келген мөлшерде ішуге болады. Көптеген өз дене салмағы мен формасын ұстанатын туристер тағам калориясының балансына мұқият қарайды. Тағамдардың калорийлігі мәзірде көрсетіледі. Тағам құрамы мен тығыздығына байланысты таңғы астың бірнеше түрі бар – біршама тапшыдан бастап (нан, джем және кофе/шай), американдық немесе ағылшындық бірнеше рет ауыстырылатын тойып тамақтану. Таңғы астың әркелкілігі мемлекеттің дәстүрі мен аумағына байланысты (еуропалық, континенталды, ағылшындық, американдық, бермуттық және т.б.). Қонақтарға қызмет көрсету түрі де маңызды болып табылады (швед үстелі, табльдот, аля-карт).

Еуропалық стандарт бойынша таңғы ас қонақүй бағасының ішіне кіреді және қызмет көрсету технологиясының ажырамас бөлігі болып табылады. Жалпы жағдайда турист (әрбір адам) таңертеңнен жеңіл тағамды, яғни таңғы асты ішуі тиіс деп белгіленген. Сондықтан қонақжайлықтың ажырамас бөлігі болып

табылатын, көбінесе орналастыру бағасының құрамына кіріп және қонақүй немесе отель сипатында көрсетілетін көптеген қонақүй бөліктерінде тамақтану пункті немесе мейрамханалар осындай қызметті көрсетеді. Қонақүй ішіндегі мейрамханадағы отыратын орын көрсеткіші өте маңызды. Орындар саны қонақүйдің номерлер фондымен сәйкес болса дұрыс болар еді, ал практикада ондай сирек кездеседі. Бұл көрсеткіш қонақүй класын белгілеуде ескеріледі. «Ауысым бойынша» тамақтану өзендік және теңіздік көліктермен круизде қолданылады.

Таңғы ас кезінде турист қонақүй маңынан алыс кетпегені жөн, алайда қонақүйді орналасқанда тамақтану пунктері қарастырылмайтын жағдайлар бар, ал туристерге жақын мейрамханаларда тамақтану ұсынылады. Бұл жағдайда орналасу қызметінің бағасы азаяды. Мұндай қызмет көрсету нұсқасы әркелкілік жағынан туристерді жақын орналасқан мейрамханаларда тамақтану ыңғайлы болуы мүмкін. Өйткені, әдетте, таңғы ас күнде біркелкі беріліп, туристік саяхаттың алтыншы күні көңілден шықпауы мүмкін.

Әр ұлттың және жергілікті тұрғындардың тамақтануы өзіне тән дәстүрімен ерекшеленеді. Қонақты жақсы күтіп алу – әр халыққа тән белгіленген дәстүр. Көптеген туристер үшін ұлттық тағам туристік бағдарламаның қызықты элементі болып табылады. Гурмандар үшін арнайы турлар ерекше тағамдардың пісірілуін үйрену, азық-түлікті дегустациялау, шараптық және шұжық зауыттарын аралау және т.б. ұлттық асхана мейрамханаларын жүйелік аралау бар. Бағдарламада пикниктерге шығу мен ауылшаруашылық фермаларға бару, онда пикник өткізіп еттің аз кездесетін түрлерін жылан еті, түйеқұс еті, аз кездесетін балықтардан, т.б. тағамдардан ауыз тигізеді. Ауа-райы ыстық мемлекеттерде туристер үшін ас суының үлкен мөлшері алдын ала ескеріледі.

Тамақтану ұйымдары медициналық аспектілерді ескеру керек. Дұрыс тамақ тандау немесе дұрыс пісірілмеген тамақ улануға әкелуі мүмкін. Әсіресе, далада саудагерлердің қолынан ас суын немесе тамақты ішу қауіпті. Діни белгілері бойынша жеке туристердің шектеулерін (шошқа етін жемейтін т.б.),

вегетарианецтердің ерекше талаптарын, балалар тамақтануын жалпы қабылданған шарттар бойынша ескеру керек. Мұндай ерекшеліктерді туристер турды сатып аларда көрсету керек. Тамақтанудағы діни шектеулерді орындау немесе басқа ымыраға келу мүмкін болмаған кезде, олар турдан немесе саяхаттан бас тартуына болады.

Қорытынды:

5-тақырып бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Қоғамдық тамақтану мекемелердің құрылымы мен қағидаларының қалыптасуын, тамақтану мекемелерінің классификациясын, тамақтану мекемелерінің жабдықтарымен танысып, сервирлеу құралдарын өңдеу және сақтау, туристік орталықтарда тамақтануды ұйымдастыруды оқып шығып, қоғамдық тамақтану мекемелерінің негізгі мақсаты болып адамның тамаққа деген қажеттілігін қанағаттандыру деген қорытынды шығаруға болады. Қоғамдық тамақтану мекемелері жабдықтау мекемелері және сауда мекемелері болып бөлінеді.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. *Кабушкин Н. И., Бондаренко Г. А.* Менеджмент гостиниц и ресторанов: Оқу құралы. Екінші басылым. 2001 жыл. 216 бет.
2. *Кондартьев К. П.* Организация производства на предприятиях общественного питания: Оқу құралы. Улан-удэ: ВСГТУ басылымы, 2007 жыл. 108 бет.
3. ҚР-ның статистикалық мәліметтері

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге және студенттердің өз бетімен орындауға арналған тапсырмалар:

Репродуктивті деңгей:

- 1) Қай мемлекетте «электронды сомолье» шарап инновациясы пайда болды?
- 2) Жапондық дизайнер Nobuhiko Ankawa қандай өнертабыстың әкесі болып саналады?
- 3) ҚР-ның 2004-2008 жылдар арасындағы қоғамдық тамақтану мекемелерінің саны?

Репродуктивті-гәжірибелік деңгей

- 1) Әртүрлі мемлекеттердегі қоғамдық тамақтану мекемелеріне салыстырмалы талдау жасаңыз;

- 2) Еуропалық елдерде қоғамдық тамақтануда инновацияны енгізудегі негізгі мақсатын белгілеңіз;
- 3) Қоғамдық тамақтанудың классификациясын қарастырыңыз.

Шығармашылық деңгей:

- 1) ҚР-ның қоғамдық тамақтанудың 2006 жылмен салыстырғандағы динамикасын қарастырыңыз;
- 2) Мына тақырыптарға реферат жазыңыздар: «Қоғамдық тамақтанудағы инновация», «Қоғамдық тамақтануда қызмет көрсету мәдениеті», «Біздің өміріміздегі этикеттің маңыздылығы», «Үстелді серверлеудің негізгі ережелері».

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Тамақтану базасы

Мақсаты:

- 1) Қоғамдық тамақтану қызметімен практика жүзінде танысу;
- 2) Өз қалаңыздың Санитарлық Эпидемиологиялық Станциясының қоғамдық тамақтануға қоятын талаптарын байқап, оны есеп беруде көрсетіңіз;
- 3) Қазақстан Республикасының тамақтану мекемелерінің статистикасымен танысу;
- 4) Астана қаласындағы тамақтану мекемесінің классификациясын қарастыру;
- 5) Астана қаласындағы тамақтану мекемелеріне сандық баға беру.

Әдістемелік нұсқаулар:

Бұл тақырыпты қарастырғанда тамақтану мекемелерінің қалыптасу қағидаларына, тамақтану мекемелерінің классификациясына көңіл бөліңіз. Дәріспен жұмыс жасау дүние жүзіндегі тамақтану мекемелеріне қойылатын негізгі талаптарды ұғынуды болжайды. Қазақстан Республикасындағы Қоғамдық тамақтану мекемелерінің статистикалық мәліметтерімен танысу керек, сонымен қатар, тамақтану мекемелерінің қалыптасуының нормативтік-құқықтық базаларын білу керек.

6-тақырып. Көліктік-коммуникациялық база

Мақсаты: Тақырып бойынша негізгі түсініктерді анықтау және меңгеру, көліктік-коммуникациялық базаның ұйымы мен құрылымын шешу, оның туризмде алатын ролін анықтау. Қазақстандағы көліктік-коммуникациялық базасын қарастыру.

Жоспар:

1. Туризмде коммуникацияның рөлі, транспорттық коммуникациялық база.
2. Туризмдегі көліктік тасымалдау.
3. Туристік индустрияда транспорт оның негізгі бөлігі және қажетті жағдайы ретінде.
4. Туристерге әуе, темір жол және басқа да көлік түрлерімен қызмет көрсететін арнайы көліктің көп түрлілігі.
5. Транспорттық коммуникациялық базаның маңызы және туризмнің экономикадағы пайдалы салаға айналуы.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: Көлік, көліктік тасымал, коммуникация, туристердің орын ауыстыруы, көліктендіру, маршрут, тасымалдың қауіпсіздігі, көліктік құралдар категориялары.

1. Туризмде коммуникацияның рөлі, транспорттық коммуникациялық база

Көлік – әрбір мемлекеттің экономикасының материалдық базасының ең басты қосымша бөліктерінің бірі. Ерте кезден бастап көлік қоғам дамуының ерекше бөлігі болып табылады. Адамзат адамдар мен жүктерді тасымалдауға қолда бар әртүрлі құралдарды пайдаланған. Дөңгелектің, қозғалыстың басқа да әртүрлі типтері пайда болғаннан бастап, адам орын ауыстыру құралдарын дамытты. Олар: арбалар, паровоздар, самолеттар және т.б. Осының бәрі әртүрлі мақсаттағы кең көлемдегі саяхаттарды жасауға мүмкіндік берді.

Халықаралық туризм адамдардың бір мемлекеттен екінші мемлекетке орын ауыстыруын түсіндіреді. Оның дамуын зерттеу барысында оның көліктік индустриямен өзара қатынасын анықтау өте маңызды, сондықтан туризмнің көліктік-коммуникациялық базасының зерттеуіне аса көңіл аудару керек.

Соңғы он жылдықта туризмнің дамуы көлік саласындағы ғылыми-техникалық қозғалыспен байланысты. Транспорттық жүйеде саяхат күрделі түрдегі топтық құрылымға айналды. Бұл өзгерістердің барысында қазіргі уақыттағы адамдардың массалық орын ауыстыруы – темір жол және паровоз, кейін автокөлік пен ұшақтың пайда болуына әкелді.

Туризм мен транспорттың дамуы – өзара байланысқан процесс. Дегенмен, ереже бойынша, жүйедегі байланысты зеттеу барысында «туризм – көлік» сөзі ғылыми әдебиеттерде және туризм дамуының факторларында көлік мағынасы ретінде қолданады. Бұл табиғи және логикалық байланысты құбылыс, өйткені туризм өзімен салыстырмалы түрде жаңа әлеуметтік-экономикалық құбылыстарды көрсетеді және көліктің пайда болуы мен даму деңгейін көрсетеді.

2. Туризмдегі көліктік тасымал

Орын ауыстыру өзімен туризмнің сипаттамалық кескінін көрсетеді, ал көлік орын ауыстыруды қамтамасыз ететін туристік типтегі қызмет көрсететін маңызды сала болып табылады. Шектеулі туристер саны, сондай-ақ, қашықтықтағы жаяу саяхаттар мен жорықтарды айтпағанда көліксіз туризм жоқ.

Туризм адамдардың мемлекет ішінде және одан тыс жерде бір жерден екінші жерге орын ауыстыруын қарастырады. Еуропалық заңнама қатарында, соның ішінде Франция мен Италияда орналастыру құралдарымен қатар, көліктік қызмет саяхатшыға көрсетілетін қызметтердің ең маңызды түрлеріне жатады. Туризм статистикасы бойынша көлік туристің барған жерінен тұрақты тұратын жеріне жеткізетін құрал ретінде қарастырылады. Алайда, көптеген көліктік мекемелер мен компаниялар туристердің тасымалын жүзеге асырумен қатар, туризмге қатысы жоқ почталар мен жүктерді, қарапайым жолаушыларды тасымалдауды қамтамасыз етеді.

3. Туристік индустрияда транспорт оның негізгі бөлігі және қажетті жағдайы ретінде

Туризм нарығындағы сәттіліктер негізгі және саналы көліктік инфрақұрылым кез келген туристік орталықтың дамуының маңызды бастамаларының бірін құрайды. Өз тарапынан туризмдегі сұраныс туризм көліктік индустрияның тез қарқынмен дамуына итермелейді. Соңғы он жылдықта көлік индустриясының ғылыми-техникалық жетістіктері белгілі бір рөл ойнады.

Туризм толығымен көлікке, туристің орын ауыстыру кезінде көрсетілетін қауіпсіздігіне, жылдамдығы мен жайлылығына бағынышты. Транспорттық компаниялардың өзара қатынасының негізгі түсінігі, жолаушылардың қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесі бойынша өзара қозғалыс ережелеріне сәйкес туристерге, сондай-ақ саяхатты ұйымдастырушыларға жеңілдіктерді қолдану сату кезінде басты мағынаға ие болады. Туризмнің дамуындағы кедергі болатын факторлар, ол транспорттық жүйедегі кейбір мемлекеттердің әлемдік стандартқа сәйкес келмеуі, ал транспорттық жобалар әуе жолдары, автомобиль мен темір жолдар жаңа құрылыстың бөліктері болғандықтан олар ауқымды инвестиция мен уақытты талап етеді.

Транспорттың дамуындағы туризмнің әсері кең ауқымды және әр тарапты болып келеді. Ол материалдық-технологиялық базаның дамуын, транспортты басқарудың жоғарғы деңгейін, транспорттық қызмет жүйесін, сонымен қатар көліктік тариф саясатына сай жүргізуді талап етеді.

4. Туристерге арналған мамандандырылған әртүрлі көліктер: туристерге қызмет көрсетудегі әуелік, теміржолдық және басқа да көліктің түрлерімен қызмет көрсету мүмкіндіктері

Саяхат барысында туристік тасымалды ұйымдастыру үшін әртүрлі транспорт түрлері қолданылады.

Туристік тасымалдаудағы әуе көлігі

Статистикалық мәліметтерге қарағанда соңғы кездері авто көліктермен салыстырғанда әуе көлігінің рөлі жоғары. Бұл ұзақ қашықтыққа қысқа мерзімдік турларды ұйымдастыру мүмкіндігін береді. Бұның барлығы туристік бизнесте әуе тасымалына басты назар аударуды талап етеді. Ұшақтар – әлемдегі ең тиімді транспорт түрі. Осы жерде туризмдегі әуе тасымалы туралы айтуға болады. Бұның бірнеше дәлелі бар:

- біріншіден, әуе – ұзақ қашықтыққа саяхат жасау үшін ең тез және ыңғайлы транспорт түрі.

- екіншіден, қазіргі кезде әуе рейстерінің сервисі туристер үшін жағымды түрге ие.

- үшіншіден, әуе компаниялары тікелей және халықаралық желі арқылы броньдау және резервтеу жүйелерін жүзеге асырады және броньдалған әрбір орын үшін комиссиялық төлем төлейді.

Әуе транспорты әлемдік шаруашылықта ең тез және жоғары дәрежеде дамып келе жатқан сала болып табылады және жылдан-жылға бүкіл әлемдік көлік жүйесінде рөлі артуда.

Қазір әлемде 1300-ден астам әуе компаниялары жұмыс жасайды. Орташа есеппен алғанда әуе рейстері арқылы жылына 1,5 млрд. астам жолаушы тасымалданады. Халықаралық әуе қатынасында 470-тен жоғары тасымалдаушылар бар, олардың 250-дейі халықаралық әуе рейстерін жүзеге асырады. Халықаралық әуе қатынасы қызметтерінде 1000-нан астам әлемдік әуе жайлар бар, олардың 650-і халықаралық әуе тасымалын жүзеге асырады.

Әлемдік тасымалдар саны бойынша ең ірі әуе компаниялары: американдық «Pelta Air Lines», «Pan Amerikan», «United», француздық «Air Frence», неміс «Lufthansa», британдық «British Airways» және т.б. Ресейдің ең ірі әуе компаниясы «Аэрофлот», Қазақстанда «Air Astana».

Туризмдегі автокөлік

Туристік қызметтегі қолданылатын авто қызметтер негізгі 3 бағытқа бөлінеді:

- автобустық саяхаттар ұйымдастыру;
- туристердің жеке көліктерімен саяхаттар ұйымдастыру;
- автокөліктерді жалға алу.

Автобуспен саяхаттар. Халықаралық автобустық туризм – туризмнің жаңадан дамып келе жатқан түрлерінің бірі. Ол XX ғасырдың 70 жылдарынан бастап дами бастады. Осы уақытқа дейін әртүрлі мемлекеттерде автобустарды негізінде экскурсиялар, трансферт және жергілікті саяхаттар үшін пайдаланды.

Шенген келісімінен кейін автобус тасымалдарының дамуында жаңа өзгерістер болды. 90 ж. автобус туризмнің орташа жылдық өсімі 1,5% құрады.

Көлік министрлерінің Еуропадағы конференциясы (1984ж) автобустық туризмнің негізгі 3 түрін көрсетті:

- рейстік автобустармен саяхаттар;
- автобуспен топтық саяхатты жүзеге асыру;
- арнайы (чартерлік) рейстер.

Автобуспен туризмнің экскурсиялық түрі ретінде халықтың қолжетімді көлігі ретінде үнемі тұрақты дамып отырады. Оның көлемінің өсуі қазірге дейін анық байқалады. Автобустық турлардың танымал түрлерінің бірі Еуропа қалаларына экскурсия – танымдық мақсаттарда 2-3 күндік сапарлар. Танымдылық бойынша 2-ші орында – Еуропа қалаларына экскурсиялық танымдық мақсаттарда 1-2 аптаға жалғасатын маршруттық турлар.

Автобустық турларды ұйымдастыру барысында басқа тасымалдаушылар сияқты маусымдық өзгерістер маңызды рөл атқармайды. Автобустық турлар бүкіл жыл бойында ұйымдастырыла береді. Тек қана қаңтар және ақпан айларында сұраныс аз болады.

Мамандардың пікірі бойынша автобустық турлар нарығындағы бәсеке маршруттың әртүрлілігінен және қызмет көрсету сапасынан көрінеді.

Жеке транспортпен саяхаттау

Туризмнің бұл түрі негізінен сауықтыру (табиғатқа шығу немесе демалыс орындарына бару) және танымдық (тарихи және мәдени ескерткіштерге бару) мақсатта жүзеге асырылады.

Қонақүй инфрақұрылымының, әсіресе мотельдердің дамуы автотуризммен тікелей байланысты. Дамыған мемлекеттерде жеке көлікпен саяхаттаушы туристер үшін жолдар бойында арнайы кіші отельдер және кемпингтер салынған.

Автосаяхаттың дайындалу кезеңі келесілерден тұрады:

- маршрутты жасау;
- қозғалыс тізбегін жасау;
- маршруттық құжаттарды реттеу.

Теміржол саяхаты

Кез келген теміржол саяхаты жайында егер ол неғұрлым ұзақ болған сайын соғұрлым жағымсыз әрі шаршататыны анық деген қалыптасып қалған пікір бар. Ол тек жай ғана қажеттілік тұрғысынан бір жерден екінші жерге орын ауыстыратын құрал емес, ол сондай-ақ әуестендіргіш саяхат бола алатындығын елестету қиын емес. Дегенмен, бұл ақиқатты мамандандырылған теміржол турларын ұсынатын шетел туристік фирмалары мен операторлары бұрыннан таныды. Оларды жүргізудің технология-

сын батыстық мамандар айтарлықтай дәрежеде жетілдірді.

Стандартты теміржол турларын шартты түрде үш санатқа бөлуге болады:

- бір күндік;
- жалғасымсыз (2-3 тәулік);
- көп күндік (5 күн және одан да көп).

Бір күндік турлар таңертең басталып сол күннің кешінде аяқталады. Туристер жолда мейрамхана вагондарының дастархан-дарына орналасады. Олар жолшыбай тек тамақтанып қана қоймай, сондай-ақ эстрадалық және цирк артистерінің қойылымдарын тамашалай алады. Туристерді оларға арнайы бағдарлама әзірленген қандай да бір станцияға дейін апарады. Бұл экскурсиялық саяхат немесе табиғат аясында тамақтану болуы мүмкін. Жолаушылар әдетте өздеріне пайдалыны жағымдымен үйлестіре алады.

Жалғасымсыз турлар. Екі-үш сәткелі теміржол турларында жолаушылар бөлек купелерге орналасады. Жолсапарлар дәстүрлі түрде түнде, барлығы ұйықтап жатқанда, пойыз жолда болады деген есеппен құрылған. Күндіз туристер мүмкін боларлық экскурсиялық мерекелік шараларды тамашалаумен болады.

Көпкүндік турлар. Көп күндік жүріске арналған пойыздардың қозғалыс кестесі әркелкі болумен сипатталады. Қозғалыс бағдары мен экскурсиялық бағдарламаға байланысты туристер көбінесе күндіз де жолда болады. Тәжірибе көрсеткендей, жолаушылар зарықпас үшін турпойыз екі пункттің арасында тоқтаусыз бір жарым сәткеден артық жүрмеуі керек. Жолда қызықты көріністер мен ландшафттар кездесетін болса онда күндізгі уақытта жүруге арналған жалғасымды қозғалыстар жоспарланады. Жекелеген жағдайларда тікелей орманда немесе тауларда, теңіз немесе үлкен өзендердің жағасында орналасқан қысқа мерзімдік «жасыл бекеттер» де ұсынылады.

Туристік пойыздарды жүріс барысында «дөңгелекті отелдер» деп атайды. Теміржолдың қатаң стандарттарымен шектелген габаритті вагондарға қарамастан, олардың жанға жайлылығы мен ішкі дизайны көптеген стационарлы қонақүйлерден артық. Вагондарда жалпы саны сегізден аспайтын әрбір купеде екі адамнан артық тұрмайды. Пойыздың санатына байланысты купе бір адамдық екі төсекпен (тігінен немесе көлденеңінен орналасқан)

немесе екі адамға арналған бір төсекпен, салқындатқыштарымен, жазба үстелмен, телефон, теледидармен жабдықталады. Дәретханалық және душтық бөлмелер бүкіл вагонға біреу немесе бірекі нөмірге персоналды түрде болуы мүмкін. Туристік пойыздың құрамына сондай ақ бірнеше вагон-мейрамханалар, (кітапхана, карта ойындарына, әңгімелесуге, демалуға арналған орын ретінде қолданылатын) вагон-салондар, (лекторий, би кеші немесе бейнетаспалық салон) конференц-вагон, сонымен қатар, «балалар вагоны» немесе «ойын залдары» кіреді.

Теміржол саяхаттары – шетелдегі демалыс түрінің жеткілікті дәрежедегі танымал түрі болып саналады. Туризмнің осы түрінің бәсірлері болып немістер, ағылшындар және швейцарлар болып табылады.

Теплоход саяхаттары

Теплоход саяхаты (круиз) өз алдына өзен немесе теңіз бойымен қозғалатын туристік жолсапарды білдіреді. Қазіргі уақытта әлемдегі ондаған круиздік компаниялар 70 тен 1000-ға дейінгі жолаушы сиятын жолаушы кемелерін қолданады және әуестендіргіш жолсапарларды ұсынады.

Негізінен, круиз өз алдына теңіз туры бiлдiредi. Оның базалық құнына кеме бортында кешенді қызмет көрсету, оның ішінде: каютада жүріп-тұру, үш мезгілді тамақтану; ойын-сауық жүргізу және кеме бортындағы арнайы шаралар (мейрамдар, фестивальдар, конкурстық бағдарламалар, мерекелік концерттер және т.б.) болады.

Су круиздері теңіздер, мұхиттар, сондай-ақ әртүрлі өзендер бойына ұйымдастырады. Теңіз және өзен круиздерін ұйымдастыруда көптеген ұқсастықтар бар. Бірақ, кемең сыйымдылығына қарай ұйымдастыру ерекшеліктері мен қызмет көрсету бағдарламаларына байланысты, сонымен қатар теңіз және өзен круиздерінде турлар өткізу орындарына қарай бірнеше ерекшеліктер де бар.

Теңіз круиздері

Бүгінде әлемде теңіз круиздері алға жылжудың тиімді кезеңін бастан кешіруде. Круиздік флот артып келеді, жолаушы кемелерінің жасалу технологиясы да жетілдірілуде, олардың

жанға жайлылығына аса мән берілуде. АҚШ-та, сонымен қатар, жаңа теңіз және мұхит бағыттары жасалуда. Неғұрлым танымал су саяхаттары бар елдер ретінде АҚШ, Ұлыбритания және Германияны атауға болады. Круиздік жүзуге сұраныс Францияда, Италияда, Швейцарияда және өзге де елдерде байқалады.

Соңғы жылдары круиз көркі туристік өнім ретінде өзгеріп кетті. Теплоход ойын-сауық пен мереке атмосферасы бой алған жүзбелі отельге айналды. Интенсивті жарнамалық компаниялардың жүргізетін шараларына байланысты халықтың барлық қабатының круиздерге деген құштарлығы артып келеді.

5. Транспорттық коммуникациялық базаның маңызы және туризмнің экономикадағы пайдалы салаға айналуы

Тасымал қызметінің түрлері мен әркелкілігіне қарай оларды келесідей етіп жіктеуге болады:

тасымалдың жер үстілік түрлері;

ә) адамның күшімен орын алмастыру (жаяу жүріс, шаңғы жүрісі, велосипедпен жүру);

б) жануарлар көмегімен;

Механикалық құралдар:

а) автомобиль көлігі;

ә) рельсті көлік – теміржолдар, метро, трамвайлар, арқанды жолдар;

б) әуе жолындағы көлік құралдары;

Әуе тасымалының түрлері:

а) әуе шарлары, дельтапландар, парашюттер;

ә) тікұшақтар;

б) шағын авиациялы ұшақтар, гидроұшақтар, дыбысты лайнерлер;

в) космостық аппараттар;

Теңіз немесе мұхитқа арналған су көлігімен тасымалдау:

а) қайықтар;

ә) желкенді кемелер;

б) әуе жастығы бар кемелер;

в) суасты кемелері.

Тасымал құралдарының аталған барлық түрлері оларды пайдаланудың және оларды іске асырудың техникалық құралдарының әртүрлі нұсқаларына ие.

Туристік көлікке қойылатын талаптар

Туризм төңірегіндегі мамандардың айтуынша, туристер үшін көліктің барлық түрлерінің ішінде ерекше орынды автобустар алады. Оларды модернизациялау үрдісі мен турист қажеттілігіне сай етіп бейімдеу қиынға соғады, себебі жоғарыда айтылған ұшақтар мен пойыздар саяхат барысында туристердің басты қажеттіктеріне ыңғайлы етіп жасалынған. Осыған байланысты туристік автобустарға көптеген ерекшелінген талаптар қойылады.

Ең алдымен, бүкіл әлемде тасымалды жүзеге асыратын автобустарға ыңғайлы жасалуына жоғары талаптар қойыла бастады. Халықаралық кластағы автобустарда салқындатқыштар, аудио-видео жүйелер, ас үй, гардероб, биодәретхана қарастырылуы тиіс. Көптеген автобустардың салондары жеке жарықтандыру шамдарымен, арнайы аяққойғыштар, жазылатын креслолар, бүктелетін үстелдермен жабдықталады. Креслолардың өзі ыңғайлы әрі жұмсақ, икемдері реттелетін, жазылмалы арқасы бар болуы керек.

Автомобиль көлігінің халықаралық бірлестігінің жіктелімді комиссиясымен түрлі санаттағы туристік автобустарға белгілі бір талаптар жасалып шығарылған болатын. Автобус санаты оның класымен анықталып, 1-ден 5-ке дейінгі жұлдыздардың санымен белгіленеді. «1 жұлдызды» автобустар санатына ауқымды түрдегі қалалық және жергілікті экскурсиялар жүргізуге арналған халықаралық кластағы автобустар жатқызылады; «2 жұлдыз» санатындағы автобустарға шағын арақашықтықтарға жүруге арналған ішкі және халықаралық туризмдерді жүзеге асыруға қатысатын көлік құралдары жатады. Жоғарғы класс пен «люкс» класының автобустары сәйкесінше «3 жұлдыз», «4 жұлдыз» және «5 жұлдыз» санаттарымен сипатталады. Олар ұзақ және алыс туристік бағыттарда қолданылады. Автобустарды санаттар бойынша жіктеу келесідей техникалық сипаттарға негізделіп жүргізіледі:

- қозғалтқыш қуаты;
- тежеуіштік жүйе мен амортизацияға арналған талаптар;
- желдеткіштің типі;
- жылыту типі;
- терезелерге арналған талаптар (тұманға қарсы қабат, вакуумды қабат; күннен қорғау; температура өзгерістеріне төтеп бергіштік);
- ішкі жарықтандыру (соның ішінде жекелеген);
- дыбыстың қаттылығы, микрофон, магнитолдар.
- жүк бөлігінің сыйымдылығы;
- автобустардың тоңазытқышпен, дәретханамен, бейне жүйемен, сусындарға арналған термोजылытқышпен, стакандарға арналған қойғыштармен, бүктелмелі үстелдермен қалдық жинауға арналған орындармен жабдықталуы;
- гидке арналған орынмен міндетті жабдықталуы (арнайы жарықтандырғыш, құжаттарды сақтайтын орын, т.б.) керек.

Соңғы аталғандардың толық көлемде болуы «4 жұлдыз» бен «5 жұлдыз» санатындағы автобустарға міндетті болып табылады. Орындықтар арасындағы кеңістіктің (68 см ден 90 см-ге дейін) кең болуы, кресло арқасының биіктігіне (52 см-ден 68 см-ге дейін), кресло арқасының жазылу бұрышына ерекше мән беріледі. Аяқтар арасындағы кеңістік еркін, көмекші құрылғысыз болуы тиіс.

Ең ыңғайлы автобустық лайнер «5 жұлдызды» санаттағы автобус болып табылады. Туристердің ыңғайына қарай жасалынған, жоғарыда аталынған құрылғылардан басқа: гардероб, ас үй, қысқатолқынды пеш пен ыстық және салқын сусындарға арналған дозатор, сондай ақ алдын ала әзірленген термошкаф болады. Мұндай автобустардағы креслолардың тек жазылмалы арқасы ғана емес, сонымен қатар отырған адамның бойына қарай реттелетін бас қоятын бөлік, белге қарай түзетілетін бөлік те болады. Қозғалыс бағыты жолаушыларға мәлім болуы үшін, салондарда орталық ақпараттық кесте (немесе қатарлар арасындағы аздаған сұйық кристалды дисплейлер) орналастырылады. Мұнда жүріп өткен қашықтықтың мәліметтері, жақын арадағы тоқтау пункттерінің атауы, ауа температурасы және т.б. бейнеленеді. Екі қабатты, бес жұлдызды автобус жүргізушісінің кабинасы

екінші қабатты жолаушылар салонын бақылауға арналған бейне-таспамен жабдықталуы мүмкін. Осындай автобустардағы шудың деңгейі 100 км/сағ жылдамдығында 7476 дБ-дан аспауы керек.

Санатына байланыссыз барлық автобустар көлік құралының техникалық жағдайына деген талаптармен анықталатын қауіпсіздік ережелеріне сәйкес болуы керек. Автобус иелеріне түрлі елдерде әрекет ететін нормативті құжаттармен бекітілген міндетті техникалық қарау автобустарға техникалық қызмет көрсету мен жөндеу жұмыстарын анықталған мерзім мен тәртіпте орындап отыруы қажет.

Сондай-ақ автокөліктік құралдардың эксплуатациялық ережелерін сақтау керек. «Өлі зоналарды» минимумдық шекке жеткізу үшін соңғы үлгідегі автобустар қосымша айналармен және бейнекамералармен, сондай-ақ артқы жақтан келетін кедергіге дейінгі қашықтықты анықтауға арналған ультракүлгін көрсеткіштермен жабдықталған. Жуық арадағы болашақта автобустарда жүргізушілерге өзге көлік құралын озып өтуді хабарлайтын құралмен және жүргізушінің ұйықтап кетуін болдырмайтын құралдарды ойлап табу көзделуде.

Тасымал қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін туристерді түгелімен тасымалдауға арналған автокөлік құралдарын эксплуатациялау мерзімдері ұсынылады. Көптеген еуропалық мемлекеттерде туристік автобустарды эксплуатациялау мерзімі 8-10 жылдан аспауы керек.

Үздіксіз қозғалыста болатын автобустар үшін міндетті қосымша талап ретінде қозғалыс бағытының бастапқы және соңғы нүктелері көрсетілген белгі трафаретінің болуын айтамыз.

Көліктік қызметті ұйымдастыру ерекшеліктері

Туризмде болып жатқан өзгерістер саяхатты ұйымдастырудан және көліктік қызмет көрсету жүйесінен көрініс табады. Туристік ағымдардың массалық сипаты жаңа қажеттіктердің пайда болуын, туристерде ынтаға, мақсаттарға және туристік саяхатты ұйымдастыру талғамдарына деген жаңа көзқарастың пайда болуын алдын ала анықтайды. Сондықтан да көліктік ұйымдар өзінің материалдық-техникалық негізін сандық және сапалық тұрғыдан жетілдіру үшін өз қызметінің барысында өз ішіне төмендегідей ұйымдық өзгерістер мен жаңа талаптарды ескеруі қажет:

а) қызметі жалпы түрде туристерді тасымалдауды жүзеге асыруға бағытталған дербес көліктік ұйымдардың оқшаулануы;

б) көліктік және туристік ұйымдардың интеграциялануын іске асыру. Бұл әсіресе бүгінгі таңда ірі ауқымдағы қонақүйлік қорды бақылайтын ең ірі автокөліктік фирмаларға тән;

в) Өз көлік құралдарының паркіне туристерді туристік жерлерге келген уақытта көлікпен қамтамасыз ету міндеті қойылатын туристік ұйымдар шегінде арнайы мамандандырылған буын құру;

г) жергілікті және шетелдік туристерге қызмет көрсетумен байланысты қызметті максималды түрде ұйымдастыру үшін туристік және көліктік компаниялардың арасында тығыз байланыс орнату. Осыған байланысты туристік саяхаттар мен көлік құралдарын эксплуатациялауды ұйымдастырушылар – туристік агенттіктерді құру қарастырылады;

д) халықаралық туристік нарық немесе туризмдегі мерзімдік толқулар конъюктурасына байланысты көліктік ұйымдардың қызметін қайта құру. Мысалы, туристік сұраныс пен көліктік ұйымдардың экономикалық мүдделеріне қарай көлік құралдарын линиялық деңгейден круизді туристік саяхаттарға алмастыру. Белсенді туристік мезгілде автокөліктердің көп бөлігі туристік мақсаттарда пайдаланылады, арнайы мерзімдік және туристік пойыздар іске кірістіріледі, туристік жерлерде көліктік байланыстар ұлғайтылады;

е) көліктің территориалды орналасуымен байланысты ұйымдық өзгерістерді жүргізу, жаңа туристік аудандарды дамыту немесе туристердің жаңа ағымдарын қалыптастыру. Егер француздық немесе итальяндық Ривьердің, испандық жағалардың немесе Альпі туристік аудандарының тарихи дамуын қарастыратын болсақ, сол аймақтардың барлығы да туризмнің арқасында экономикалық бейнелерін күшейтті. Бұл сондай-ақ, көліктің дамуына және еске түсірілген аймақтарды ең жақсы көліктік қолжетімділікті қамтамасыз етуге де қатысты.

Қазақстандағы көліктік-коммуникациялық жағдай

Әуе көлігі сферасы

Халықаралық туризмнің дамуына ықпал ететін басты факторлардың бірі болып жолаушылар авиатасымалы саналады.

Қазіргі кезде республикаға алыс шетелден ұшақтарын алты авиакомпания үнемі ұшырып отырады (“KLM”, “Lufthansa”, “British Airlines”, “Asiana Air Arabia”, “China South Airlines”, “Turkish Airlines”). «Эйр Астана» ұлттық авиа тасымалдаушысымен Турцияға, Германияға, Қытайға, Оңтүстік Кореяға, Тайландқа, Ұлыбританияға, Үндістанға, ОАЭ-ға, Нидерландыға үнемі рейстері жүргізіледі.

Бүгінгі таңда Қазақстанның Астана, Алматы, Ақтөбе, Атырау, Қарағанды, Қостанай, Павлодар, Петропавл, Семей, Тараз, Орал, Өскемен, Шымкент қалаларында халықаралық авиатасымалына мүмкіндік алатын аэропорттары бар.

2005 жылдың статистикалық деректеріне сәйкес әуе көлігінің қызметтерін 248578 (57,1 пайыз) туристер пайдаланған.

Авиакөлікті қолданумен байланысты көптеген жолсапарлардың болатындығын ескере отырып, авиапаркті жаңарту, жолаушылар авиатасымалының географиясын кеңейту, туристік ағымды кеңейту және көбейту мақсатында өлшенген бағалық және тарифтік саясатты анықтау, қызмет көрсету сапасын арттыру қажет.

Теміржол көлігі саласында

Соңғы жылдары теміржол көлігі билеттердің неғұрлым қолжетімді болуына байланысты республика халқының көп бөлігінің қозғалыс тасымалы көлігіне айналды. 2005 жылдың статистикалық мәліметтері бойынша теміржол көлігін 87615 (10,27 пайыз) туристер қолданған.

Қазақстан территориясынан өзіндік тұрғыда қалыптасқан жолаушы пойызының 132 бағыты өтеді. Соның ішінде қалалар маңынан пойыздар 69 бағыт бойынша жүреді; жергілікті жерлерден – 11, халықаралық – 3 бағыт бар. Сондай-ақ, Қазақстан Республикасы территориясынан ТМД елдерінде қалыптасқан 17 жолаушылар пойызының бағыты өтеді.

Сонымен қатар, республиканың пойыздарының көбінің қызмет көрсету деңгейі, шығындардың артық көлемі және вагондық парктің айтарлықтай бөлігін пайдалану мерзімінің үлкендігі, оны ауыстыру қажеттігі немесе қайта құру үрдістері жолаушы тасымалдарының шығынды болатындығымен және

оларды қаржыландыру мемлекеттік бюджет есебінен жүзеге асырылатындығымен шарттастырылады.

Автокөлік саласында

Соңғы жылдары туристік мақсаттарда автокөлік объектілері белсенді қолданылуда. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2000 жылдың 5 желтоқсанындағы №1809 қаулысына сәйкес ресубликалық мағынадағы жалпы түрде қолданылатын автокөлік жолдарының тізіміне ірі туристік объектілерге апаратын және туризмді ары қарай дамыту жоспарларында неғұрлым үлкен қызығушылық танытатын жолдар қосылған:

Ташкент – Шымкент – Тараз – Алматы – Хоргос.

Шымкент – Қызылорда – Ақтөбе – Орал – Самара.

Алматы – Қарағанды – Астана – Петропавл.

Астрахань – Қостанай - Челябинск – Екатеринбург.

2005 жылдың статистикалық мәліметтері бойынша, қалааралық автобустардың қызметін 87615 (20,1- пайыз) турист, өзге құрғақ жолды құралдарды – 53765 (12,36- пайыз) туристер қолданады.

2005 жылдың 1 қаңтарындағы жағдай бойынша республикалық маңызы бар, жалпы қолданыстағы автомобиль жолдарының ішінен келесі объектілер жұмыс істейді: АЗС – 925, ТҚС – 108, қонақүйлер – 62, тамақтану және сауда нүктелері – 1124, автотұрақ – 61.

Су көлігі саласында

Каспий теңізіндегі Ақтау порты Қазақстанды Ресей, Түркменстан, Әзірбайжан және Иран порттарымен байланыстырады. Қазақстан Республикасында Ресей Федерациясы мен Қытай Халық Республикасымен ішкі су жолдары арқылы қатынас та бар. Елдің өзге су артериялары туристік мақсаттарда қолданылмайды. Олардың үлесіне еңбек бағасының құрылымындағы негізгі бөлік те енеді. Саяхаттың алыс-ұзақтығына қарай бұл үлес (көптеген жағдайларда) 20 дан 60 пайызға дейін ауытқиды.

Көлік және коммуникация кез келген елдің экономикасының материалды базасы болып табылады. Ерте кезеңнен көлік және оған сәйкес коммуникациялар прогрестің қозғалтқышы болып саналатын. Бұрын адамдарды және жүкті тасымалдау үшін

кез келген құралдар пайдаланылған. Дөңгелекті, кейіннен қозғалтқыштың түрлі типтерін ойлап тапқандықтан адам сәйкесінше қозғалыс құралдарын жетілдіре бастады: повозкалар, кареталар, параходтар, паравоздар, ұшақтар және т.б. Осыдан кейін жолсапарларға әртүрлі қашықтықтарға, әртүрлі мақсаттарда шығуға мүмкіндікке иелендік.

Қазіргі кезде көлік дамып келе жатқан және жоғары дамыған экономикалық және әлеуметтік негізі бар мемлекет экономикасының ең маңызды құраушыларының бірі болып табылады. Көлік экономиканың қалыпты қызмет атқаруын, қоғамдық өндірістің тиімділігін арттыруды, ел территориясында экономиканың түрлі салаларындағы кәсіпорындардың шикізат көзіне, өнімді тұтынушылар аудандарына жақындатуға, өндірісті мамандандыру мен кооперациялауды қамтамасыз етеді, сауда, ауыл шаруашылығы және басқа да салаларды дамытуға мүмкіндік береді. Әлеуметтік мәселелерді шешуде, халықтың іскерлік, мәдени және туристік сапарларын қамтамасыз етуде, ел ішінде және шетелдерде мәдени алмасуды дамытуда көліктің рөлі зор болып табылады.

Көлік түрлі елдер арасында өзара тиімді алмасулардың іске асуына әсер ете отырып, халықаралық экономикалық қатынастардың дамуын қамтамасыз етеді.

Тарихи тұрғыда әртүрлі мемлекеттердің көліктік жүйелерінің қалыптасуына олардың географиялық орны, табиғи әлеуеті, сондай ақ климаттық, және ландшафттық сипаттамалары да ықпал етті. Бұл белгілі бір мемлекеттің нақты бір аймақтық жағдайында неғұрлым рационалды түрде қолданылатын көліктік коммуникациялық базалардың қалыптасуына әкелді.

Қорытынды:

6-тақырып бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Туризмнің дамуына байланысты жолдар әрдайым кеңейе береді, себебі саяхатқа деген сұраныстың артуы көліктік инфрақұрылымның дамуына жағымды ықпал етеді. Көлік, өз кезегінде, саяхат географиясын кеңейтуге мүмкіндік береді. Өзара ықпалдасушылардың екі жағына да пайдалы әрі тиімді әрекет болады. Туризмнің массалық құбылысқа айналуы оның көліктік қызмет көрсету

үрдісімен байланысты бірқатар мәселелерді туындатады. Бұл жалпы қолданыстағы көлікке, сондай-ақ туристік ұйым шеңберінде қызмет ететін мамандандырылған көлікке де қатысты. Бұл мәселелер жалпы көріністе келесілерге келіп тіреледі: елдің туристік қажеттіліктеріне сәйкес келетін жалпы қолданыстағы туристік көліктің материалды-техникалық базасын құру; көлікті ұйымдастыруды жетілдіру; туристерге көліктік қызмет көрсету сапасын жақсарту. Осы мәселелердің дұрыс шешім табуы туристік қызмет көрсетуге деген талаптардың өсуі мен туристік қызметтің тиімділігін арттыру міндетін шешумен байланысты.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1) Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы.

2) *Гуляев В. Г.* Туристік қызметті ұйымдастыру. – М.: НОЛИДЖ, 1996. – 312 б.

3) *Биржасов М. Б., Никифоров В. И.* Туризм индустриясы: СПб.: «Герда» баспа үйі, 2001. – 400б.

4) *Осипова О. Я.* Туристерді көліктік қамтамасыз ету: ЖОО студенттеріне арналған оқу құралы. – М.: «Академия» баспа орталығы, 2004. – 368 б.

5) *Ильина Е. Н.* Көлік қызметтерінің менеджменті: Оқулық. – М.: РМАТ, 1997.

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге және студенттердің өз бетімен орындауға арналған тапсырмалар:

Репродуктивті деңгей:

- 1) Көліктік саладағы революциялық өзгерістерге бастама болған не?
- 2) Көліктің қандай түрі алыс қашықтыққа орын алмастыруда ең жылдам әрі ыңғайлы болып табылады?
- 3) Қай айларда автобустық турларға сұраныс төмендейді?

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

- 1) Туристік көліктің танымал түрлеріне салыстырмалы талдау жасаңыз.
- 2) Қазақстанның қазіргі көліктік-коммуникациялық жағдайын сипаттаңыз. Өз жауабыңызды негіздеңіз.
- 3) Мамандандырылған туристік көлікке анықтама беріңіз және оның туристік орталықтарда қолданылуынан мысал келтіріңіз.

Шығармашылық деңгей:

- 1) Ұсынылған тақырыптардың біріне реферат жазыңыз:
- 2) Көлік-коммуникациялық жүйенің кез келген туристік орталық мысалындағы даму тарихы

3) Қазақстанның көлік-коммуникациялық базасының даму перспективалары

4) Туристік көлік құралдары, олардың сипаттамасы.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырып: Көліктік-коммуникациялық база

Мақсаты: тақырып бойынша негізгі ұғымдарды меңгеру, көлік-коммуникациялық база ұйымдық құрылымымен танысу.

Әдістемелік нұсқаулар:

Көліктік-коммуникациялық база және туризм инфрақұрылымы анықтамасы тұжырымына назар аудару. Жекелеген түрде теміржолдық және автокөліктік тасымалды, сондай-ақ теңіз және әуе саяхаттарын қамтамасыз етуді ойлап табу. Туристік сферадағы қазіргі заманғы жүйелердің қолданылуын қарастыру. Көлік пен туризмнің дамуының өзара шарттылығын, мамандандырылған туристік көліктің әртүрлілігін, авиа көліктің танымал болу себебін, авто саяхаттың туризмнің әйгілі түріне айналуын ашып көрсету. Теміржол турларының санаттарын анықтай білу. Круиздік сапарлардың – теплоходтық және теңіз круиздерінің мәнін айқындау. Жоғарыда көрсетілген пункттер бойынша ауызша және жазбаша нысанда сұрау жүргізіледі.

7-тақырып. Туристік көліктің негізгі тасымалдау түрлері мен даму мәселелері

Мақсаты: Қазақстандағы тасымалдау құралдарының мәселесін талқылай отырып негізгі түсініктерді түсіндіру, тасымалдау құралдарының ұйымдастыруларымен және құрылымдарымен таныстыру.

Жоспар:

1. Теміржол, автобус, авто, теңіз тасымалдаулары және әуе саяхаттары.
2. Транспорт пен байланыстың техникалық базасы.
3. Қазақстанда транспорттық дамудың өзекті мәселелері.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: теміржол, автокөлік, автобуспен тасымалдау, су жолдары, вокзал, әуе жолдары, әуежай, жолаушылар тасқыны, аэродром.

1. Теміржол, автобус, авто, теңіздік тасымалдаулар және әуе саяхаттары

Теміржол, теңіз, канал, әуе және автокөлікті ажырату. Тасымалдаудағы заңды тұлғалар: темір жолды басқару, теңіз және арық пароходтар, автокөлік транспорт мекемелері және т.б. Жергілікті тікелей және тікелей араласты түсіну. Бір транспорт мекемесі арқылы тасымалдау жеткілікті деп аталады.

1) Автокөлік тасымалдаудың негізгі, көп пайдаланатын түрі болып есептеледі. Халықаралық тасымалдаумен қатар, жүкті жақын жерге жеткізу үшін де қолдануға болады. Автокөлік тасымалдау аз уақытта айтылған жерге жеткізу (әуе және су жолдарына қарағанда көп жерлерде бар) және кез келген салмақтағы жүкті тасымалдайды. Тек автокөлікті асыққан уақытта тасымалдауға болмайды.

2) Теңіз жолдары қолжетімді тасымалдау түріне жатады. Осыған орай оларды қолдануда жүкке шектеу қойылмайды. Бірақ бұл құралмен жүк тасымалдау бұл құралмен басқа құралдарға қарағанда ұзақ уақыт алады. Бұл көлік түрі басқа көлік бара алмайтын жерлерге ғана пайдалану үшін тиімді болып табылады.

3) Логистикалық қызмет ортасында әуе тасымалы оперативті түрі болып табылады. Тасымалдаудың бұл түрінің 24 сағаттан асатын кезі аз болады. Сонымен қатар тасымалдаудың ең қымбат түрі болып табылады. Сондықтан бұл ретте тек белгілі мөлшерде ғана жүк кіргізуге болады. Мына фактыны да ескеру керек, аэропорт барлық қалада жоқ, тіпті кейбір үлкен қалаларда да, сондықтан оған дейінгі транспорттарды, қаражатты да ескеру керек.

4) Мультимодалық тасымалдау – бұл бағалары әртүрлі болатын бірнеше көлік құралдарын пайдалану болып табылады. Оларды оптималды тарифты уақыттар және ыңғайлы тарифтар арқылы ажырата алады. Бірақ маршрутты нақты қарастыру, мультиұлттық тасымалдаудың ең бастысы оны нақты бақылау компаниялардың ғана қолынан келеді, себебі, олардың тәжірибелері осы ортада өте жоғары.

Жүк тасымалдаудың негізгі түрлері

Қазіргі уақытта жүк тасымалдау адам өмірінің бір бөлігі болып табылады. Кәсіпкердің дамуына тасымалдаудың негізгі

құндылығын көрсетеді. Көптеген жеке адамдарға жүк тасымалдау қызметі керек. Жүк тасымалдауға қандай транспорт тиімді болып табылады?

Негізгі жүк тасымалдау түрлері: автокөлік тасымалдауы, теңіз тасымалдауы, теміржол тасымалдауымен барлығы қолданылады.

Автокөлік жолдары жүк тасымалдаудың ең таңдаулы түрі болып саналады. Бұл көлік тасымалын барлығы пайдаланады. Осы түрі көптеген жақсы жақтарды қамтамасыз етеді. Соларға тоқталып өтсек.

Ең бірінші жақсы жағы - барлық жерге бара алуы. Тек қатты жер болса жүре береді. Жүкті баратын объектісіне апара алады. Шынымен барлық жерге бірдей темір жол сала алмаймыз, себебі ландшафт кедергі болады. Тағы да жақсы жағы – оның бағасының басқа көлік түрлеріне қарағанда арзан болуы. Егер ұшақтың бағасымен салыстырсақ, ол әлдеқайда арзанға түседі.

Автокөліктік жүк тасымалдау инфрақұрылымның негізі болып табылады. Тек қана автокөліктің арқасында порттан немесе ұшақтан келген жүктерді қажетті жерлерге жеткізуге болады. Күндегі балғын нанның дастарханда тұруы атокөліктің заводтан әкелгенінің арқасында.

Әуе жүк тасымалдауы көп жағдайда өзінің құнын ақтамайды. Дегенмен оның бізге пайдасы сол күйінде қалуда. Себебі, оларды басқа көлік бара алмайтын жағдайда қолдануға тура келеді.

Осыларға байланысты бұл транспорттың қазіргі таңда 250 т дейін жүк тасымалдайтын түрі шығарылған. Сонымен қатар 30 т дейін жүк көтеретін тікұшақтар шығарылған.

Ең басты жақсы жағы ол уақытты басқаларға қарағанда тиімді пайдалануға мүмкіндік береді. Бұл өте жақсы көмек көрсету көзі болып табылады. Мысалы, су тасқыны кезінде немесе т.б. құтқару кезінде. Қымбат және өте қауіпті болғандықтан өте тиімсіз болып саналады. Бірақ технология даму үстінде және уақыт өте келе арзандап, қолжетімді транспорт көзі болады.

Қазіргі таңда жүк тасымалдаудың шарықтау шегінде су жолдары тұр. Барлық халықаралық тасымалдау теңізбен тығыз байланысты. Теңіз жүк тасымалдауы басқаларға қарағанда арзанырақ болып келеді. Қазіргі таңда кемелер жүкті көп көтеретін көлік болып табылады. Үлкен кеме салмағы 11000 т дейін жүк көтере ала-

ды. Тек қана мына шарттар орындалса болғаны: жақсы ауа райы, көпір астымен өтуге болатындай, керекті тереңдіктің болуы (егер жүретін маршрутты қамтитын болса).

Бір ғана кемшілігі тиеу және түсіргендегі физикалық және энергиялық шығындар. Бірақ бұлар оның жүк тасымалдау қасиетіне қарағанда түкке тұрмайды. Жүктің көлемі маршрут барысындағы көпірлердің биіктігінен және керекті стандарттардан аспауы тиіс. Егер асқан жағдайда керекті шаралар қолдануы керек.

Жүктерді сақтандыру

Жүк тасымалдау қай кезде болмасын бірнеше мәселелерден тұрады. Кез келген жерде жүкке зақым тиюі немесе жоғалып кетуі мүмкін. Осы қиындықтарға тап болмас үшін алдын ала сақтандыру қызметін пайдаланған дұрыс. Сақтандыру компаниялары арқылы немесе жүк тасымалдаушылар арқылы жүзеге асыру мүмкін.

Барлық сақтандыру компаниялары арнайы комиссия арқылы, мемлекеттік лицензия алу арқылы ғана жұмыс істейді. Сақтандырудың түрі және ақшалай көлемі жүктің салмағына және т.б. байланысты болады. Оларға тоқталып өтсек: «барлық шығынды өтеу» - компания бұл жағдайда барлық шығындарды өтейді, «зақымдарға жауап бермейді, апат болған жағдайдан басқа жағдайда және компания тек барлығы жойылған жағдайда ғана жауап береді.

Барлық сақтандыру компаниялары үшін стандарт – отыз күннен қырық күнге дейін. Қалауына қарай одан да көп күнге дейін созуға болады. Сақтандыру барлық тасымалдау кезінде күшінде болады.

Транспорттаудың негізгі түрлері

Унимодалы (бір түрлі) транспорттау транспорттың бір түрі бойынша ғана жүзеге асады. Мысалы, автомобильдік ереже бойынша, жүк тасымалының арасындағы операцияларды анықтап алған жағдайда ғана жүзеге асырылады. Транспорт түрлері мыналар бойынша анықталады. Жүктің түрі, көлемі, пайдаланушыға жеткізу уақыты, тасымалдауға кететін уақыт. Мысалы, үлкен көлемді жөнелтілуде, және подъезд алдына келгенде теміржол та-

сымалын пайдалану, аз жүк тасымалдауда немесе жақын жерге тасымалдауда – автомобильді пайдалану.

Аралас жүк тасымалдау – бұл қызмет түрі екі транспорт арқылы жүзеге асады (темір жол-автокөлік, арық-автокөлік, теңіз-автокөлік және т.б.). Сонымен қатар жүкті бірінші транспорт бойынша апарды. Алмастыру пунктіне, яғни бұл жерде транспорт ауысады. Мысал ретінде жүк тасымалының аралас түріне автотранспортпен қызмет көрсететін фирмаларды алуға болады.

Жүк тасымалының аралас түріне тасымалдың бірнеше транспорттық құжат болуы, бір тарифтің болмауы. Тікелей жүк тасымалдау жүзеге асуы үшін жүктің иесі бірінші транспорттаушымен келісімге отыруы тиіс. Ол өзімен қатар өзінен кейінгі жүк тасымалдаушы үшін де жауап береді, жүк иесі екі жүк тасымалдаушысымен де келісімге отырған болып есептеледі, ал жүк тасымалдаушылар жүкке жауап беруі тиіс.

ә) Толықтырылған жүк тасымалдау түрі. Ерекшелігі екіден көп транспорт бойынша жүзеге асады. Аралас (толықтырылған) транспорттау түрлері көбінесе құрылымды дистрибутивтік жолдар арқылы айқындалады. Мысалы, ЖТ-нің ірі партиялары жасалатын заводтан жөнелтіледі, яғни, теміржол транспортымен көтерме базасына, ал көтерме базасынан бірліктік саудаға автомобиль транспорты арқылы жүзеге асады.

Транспорттың заманауи логистикалық тәжірибесі жалғыз экспедитордың орындауымен өтетін бір диспетчерлік орталық және жалпыға бірдей құжат арқылы орындалатын тасымалдау экспансиясының өсуіне байланысты (мультимодальды, интермодальды, трансмодальды, А-модальды, толықтырылған, сегменттелген және т.б.).

Интермодальды тасымал барысында жүктің иесі бір тұлғамен (оператормен) келісімшартқа отырады. Оператор жолдағы бүкіл қауіпсіздікті бақылайды. Оператор экспедиторлық фирма болуы мүмкін. Ол жүк тасымалын әртүрлі транспортпен қамтиды, жүктің иесін басқа бір транспорттық мекемемен келісімшартқа отырудан босатады. Интермодальды тасымалдың негізгі белгілері:

- жеткізуші оператор логистикалық желі (канал) басталғаннан соңғы пунктке жеткенге дейін жауапты болады;
- фрахтаның еңгізілген бірыңғай ставкасы (бағасы);

- бірыңғай транспорттық құжат;
- жүкке және тасымал келісімшартының орындалуына бірыңғай жауапкершілік.

Интермодальды және мультимодальды тасымал жүйесінің негізгі қызметіне келесілер жатады:

- бір үлгідегі коммерциялық-құқықтық тәртіп;
- тасымалдаушы ұйымның қаржылық-экономикалық сұрақтарын шешуге кешенді түрде ыңғайлану;
- телекоммуникациялық желіні және электронды құжат айналым жүйесін максималды пайдалану;
- тасымалды басқарудың бірыңғай ұйымдық-технологиялық кезеңі және тасымалдауға қатысатын барлық логистикалық делдалдар қызметінің координациясы;
- логистикалық делдалдардың кооперациясы;
- тасымал инфрақұрылымын әртүрлі транспортты пайдалана отырып кешенді дамыту.

Мемлекетте экспорт, импорт операцияларын мультимодальды тасымалдау барысында жүкті кедендік рәсімдеу маңызды болып табылады. Сондай-ақ жүкті тасымалдаушы маршрут өтетін мемлекеттің транспорттық құқықтары және коммерциялық-құқықтық аспектілері де өте маңызды болып табылады. Мультимодальды тасымалдаудағы коммерциялық-құқықтық тәртіптің бірыңғай жүйесі келесілерден көрінеді:

- транспорттау бөліміне физикалық бөлу бойынша есептік-келісім бірлігін унификациялау;
- кедендік бақылау жеңілдіктері;
- халықаралық үлгідегі коммерциялық жүк тасымалдау құжаттарын енгізу.

Транспорт процесіндегі мульти және интермодальды тасымалдау кезінде ақпараттық-компьютерлік қолдау үлкен маңызға ие. Ең маңызды рөлді транспорттаудың халықаралық телекоммуникациялық жүйесі алады. (коммерциялық, коммерциялық емес спутниктік система жүйелерін және транспорттық құралдар новигациясы).

Сондай-ақ Еуропалық келісім бойынша «топталған тасымал» бір бірлік бойынша барлығын жүзеге асыруды, тарнспорттық техникалар, яғни үлкен контейнерлер, жалғанған жарты жалдау-

ды және автокөлік тіркеуді көптеген автобөліктерді пайдалануды айтады.

Транспортты таңдаудағы қарсы пікірлер жүйесі. Қарсы пікірлердің негізгі жүйесі бойынша транспорттың түрлері және логистикалық әсерлер арасында қалыптасады. Жүк тасымалдау үшін транспорт таңдаудағы критерийлердің негізгі түрлері:

- транспорттаудағы минималды шығын;
- жүкті жеткізудегі уақыт;
- сенімділік пен қауіпсіздіктің максималдығы;
- жол шығынның минималдығы;
- транспорт түрінің қолжетімділігі және қуаттылығы;
- өнім дифференциациясы.

Транспорттауға кеткен шығындарға белгілі салмақтағы тарифтер (белгілі салмақтағы қызметке), сонымен қатар экспедициялық операциялар, тиеу, түсіру, тасымал, сұрыптау және т.б. түріндегі жүкті тасымалдау барысында логистикалық операцияларға физикалық бөлу орнату. Әдетте транспорттық шығындар транспорт түрі мен тасымал жолын таңдауда басты критерий болып табылады. Сонымен қатар жеткізу уақыты да шығындар секілді альтернативті таңдауда қомақты көрсеткіш ретінде көрсетіледі. Мысалы, ЛТ, уақыт қазіргі заманға логистикалық концепцияларда шешуші рөл атқарады. Сондай-ақ жүктің уақытында жеткізілуі таңдалынған тасымал жүйесінің сенімділігін арттырады. ГП нарығында жеткізілу уақытының қысқартылуы фирмаға бәсеке қабілеттігін арттыра отырып, өнім дифференциациясы стратегиясын жоғарылатуға мүмкіндік береді.

Қорды басқару жүйесін қарастыру барысында транзиттік қордың шығындары уақытымен орындалмаған жеткізуден болған шығынды талдау керек. Бұл шығындар таңдау процедурасын орындау барысында минималды болуы тиіс.

Кезекті транспорт түрін таңдауда логистикалық қуаттылық пен жеткізу мүмкіндіктері, техникалық эксплуатациялық көрсеткіштер мен транспорттың кеңістіктегі мүмкіндігін ескеру керек. Таңдаудың шартына байланысты ең бастысы жүктің қауіпсіздігін, жүктің сапасының стандартқа және халықаралық талаптарына сай келуін қамтамасыз ету.

Сонымен қатар транспортты таңдау процедурасы, транспорт

түрін, жүк тасымалдаушы таңдау көп критерийлі болып табылады. Әдістің қиындығы қарастырылып отырған мәселелердегі критерийлердің жан-жақтылығы түрлі мөлшердегі көптеген көрсеткіштердің сапасында жатыр.

Транспорт фирмасының алдында тұрған міндетті екі ірі топқа бөлуге болады: эксплуатация қызметімен байланысты және техникалық дайындық (транспорттық жөндеу жұмыстары).

Бұл айтылған міндеттер автомобиль және транспорттың өзге түрлері үшін негізгі зерттеу объекті болып табылады. Сонымен қатар және өзге тасымалдау түрлерінің маршрутының оптималды міндеттері фирманың логистикалық міндеттерін шешуге, транспорттық логистикалық делдалдар ретінде тануға мүмкіндігі бар.

2. Транспорт пен байланыстың техникалық базасы

Жолаушыларға қызмет көрсету құралдары

Вокзал – жолаушыларға қызмет көрсету және олардың жүктерін тасымалдауға көмектесетін мекеме.

Атының шығу тарихы Брокгауза және Ефрона сөздігінде «вокзал» «Воксхолл» (англ. Vauxhal) – парк атауы болып табылады. Бұл парк Лондондағы XVII ғ. Джейн Вокс аттас станция, ең алғашқы рет ағылшындық паровоз іске қосылады, алайда алғашқы ағылшындық алғашқы паровоз Вокхолл станциясынан емес Стоктон – Дарлинг станциясынан жүргені белгілі.

Павловтың музыкалық вокзалы. Бұл вокзалда музыкалық концерттердің өтуіне байланысты Санкт-Петербургтағы Павлов вокзалының арқасында танымал болды.

Патшалық темір жолдың салыну барысында Ф. Генстер Павлов мейрамханасын салған болатын. Алғашқы уақытта ішінде концертке арналған шағын зал болса, қазір 5000 орындық жер бар. Павловтағы концерттерге темір жол арқылы бару танымал болған. Кездескен адамдар бір-бірінен музыкалық салонда болдың ба? деп сұраған, уақыт өте келе толық аты қысқартылып айтылатын болған «воксал» деп атап кеткен. Бірақ концерт залы станцияның жанында болғасын «станция» мен «воксал» сөздері бір-біріне жақын болып келген.

Вокзал құрылымы: вокзал, ереже бойынша билет кассалары, сақтау камералары, күту залдары, тамақтану орындары, демалу бөлмелері және т.б.

Вокзалдың келесідей түрлері бар:

темір жол вокзалы – темір жол станциясы клиенттерге қызмет көрсететін орын емес. Темір жол станциясы мен вокзалды ажырата білген абзал. Мысалы вокзалда билет кассалары, күту бөлімі, сақтау камералары бар.

Вокзал классификациясы:

1. Вокзалдар аумағы және сыйымдылығы бойынша былай бөлінеді:

- кластық емес – 11 мың кв метр, 1500 жуық жолаушылар.
- I класс – 4,6 мың кв метр, 1200-1500 жуық жолаушылар
- II класс – 2,3 мың кв метр, 500-900 жуық жолаушылар
- III класс – 1 мың кв метр, 300 ге жуық жолаушылар

2. Алатын аумағы бойынша вокзалдар: кіші, орта, үлкен және өте үлкен болып бөлінеді.

3. Орналасуы бойынша перронға қатысты бөлінеді.

Жолаушылардың көптеп келуіне вокзалға баратын жолдар да елеулі орын алады.

Вокзалдардың бір түрден екінші түрге ауысуы да кездескен кездер болды. Мысалы, Астрахань темір жолы 1909 жылы салынған, оңтүстікке баратын жол салу жоспарланбаған. Дегенмен Астрахань-Кизляр жалғастырушы жол болды.

Вокзал жолаушылары

Күнделікті вокзал адамдарының негізгі бағыты – жолаушыларды шығарып салу немесе керісінше күтіп алу үшін келеді. Осы жолаушылар тасқынының үш түрі болады:

- келетін жолаушылар тезірек қалада болуды қалайды, себебі вокзал қызметтерін қолданудан бас тартады;

- келушілер мен қатар жақын жерге баратын жолаушылар (жұмысқа, оқуға) және билеттерін алдын ала алып қойған жолаушылар;

- келесі алыс жерлерге қатынайтын жолаушылар. Бұлар билетті вокзалдан алады, пойызда кестесін қарайды және т.б.

- көлік вокзалы (автокөлік вокзалы, автобус вокзалы) және автостанция – снарядталған ғимараттар бар жерлер қамтылған.

Автостанциялар автобустық хабарламалардың соңғы және транзиттік орындарында орналасады, автовокзалдар – әдетте тек қана соңғы орындарда орналасады. Вокзал мекемесінде күтіп отыру бөлмелері, билет сату кассалары, тамақтану орындары және ұсақ түйек сату орындары, сақтау камералары және де қызметтік орындар (диспетчер, әкімшілік бөлмелері) орналасқан.

Автовокзал және автостанция аймақтарында рейстер тұрақтауға кең алаң болады, үлкен автовокзалдарда - автобус жуатын мекемелер бар.

Автостанция және автовокзалдың айырмашылығы ең бірінші оның көлеміне байланысты. Автостанцияның сыйымдылығы 50 адам, ал автовокзалда ең кемінде 100 адам болады. Кейбір автостанцияларда мүлдем жолаушыларды орналастыруға арналған бөлмелер мүлдем болмайды, онда тек ашық павильон болуы мүмкін. Көлемінің үлкен болуы арқасында сапаржайлар мен қосымша қызметтер де көп мөлшерде болады. Сонымен қатар автовокзалдар басқа да вокзал түрлерімен қатар жұмыс істейді.

Автобекет кластары

Автостанция қызметіне байланысты төрт класқа бөледі:

- 1-класс – үлкен мөлшерлі жүк және жолаушыларға қызмет көрсету үшін операциялар жасайды.

Вокзалды, қонақүйлерді, мейрамханаларды, ашық тұрақ және гараждарды, көлікті жөндеу шеберханаларын, автодүкендерді, жанармай құю станцияларын, қоймаларды осы класқа жатқызады. Осындай станциялар байланыс жүйесі және метеорология пунктерімен қамтылған. Осындай кешендер бір-бірінен 200-300 км қашықтықта орналасқан. Транспорттық түйінді ұйымдастыра отырып осындай станцияларды басқа да транспорт түрлерімен сыйыстыру кепілденеді. Сонымен қоса, осындай аймақтар тауарды және қызметті шарасыз тартады, сондықтан олардың орналас-тыруын міндетті түрде қарастыру қажет.

- 2-класс – үлкен транспорттық операцияларды жүргізеді. Айналым вокзалы, техникалық станцияларды күту, ашық автотұрақ, жанармай құю орны осы екінші класқа жатады.

- 3-класс – тоқтау аялдамасының орны. Негізінен жолаушыларға қызмет көрсетеді. Жолаушылар павильоны және жанармай құю орны орналасқан.

- 4-класс – Жолаушылардың автобус күтуге арналған автобус аялдамасы.

Жеке дәрежеде ауыр жүк машина станциясы кешендері, халықаралық хабарда үнемі жүктерді тасымалдау арнаулы қызмет көрсетеді, жүк айналымы күніне 100 тоннадан кем емес. Оларды аймақтық транспорттық түйіндерге және қисынды орталықтарға байлайды. Ондай станцияларға қойма, алаңдар, платформалар, ауыр жүк ауласы, тұрақтар және қызмет көрсету мекемелері жатады.

Арық вокзалы – құрылыс немесе құрылыс комплексі, арық транспортындағы жолаушыларға арналған қызмет көрсету, сонымен қатар олардың жүктерін өңдеу. Арық вокзалының негізгі бөліктері – вокзал мекемесі және перрондар. Судың деңгейі маусымдық тербеліспен өзгергенде перронда жүзу причалдары қолданылады - дебаркадерлар, қону алаңындағы әртүрлі деңгейдегі және арнаулы басқыштар.

Өзінің функциясы және ішінің орналасуына байланысты арық вокзалының аумағы шамамен теміржолдың немесе автобус вокзалының мекемесіне сәйкес келеді. Сонымен қоса онда билет кассасы, күту залы, тамақтану орындары және ұсақ түйек сату орындары бар. Сонымен қоса арық вокзалының жиынтығына вокзал қасындағы алаңдар жатады. Арық вокзалы орналасуына байланысты кіші (25-100 адам), орташа (100-500 адам) және үлкен (500-900 адам) болып бөлінеді. Арық вокзалын транспорттық вокзалдың басқа түрлерімен қиыстыруға болады. Арық вокзалын орналастыру орнын таңдау көптеген факторлармен анықталады, сонымен қоса су жолының ашылуының шартымен, гидрогеологиялық шартымен анықталады.

2) Әуежай – қабылдауға арналған, әуе кемесін жөнелту және әуе кемесін тасымалдауға байланысты қызмет көрсетудің құрылыс жиынтығы. Аэродром, аэровокзал және басқа жер асты құрылыстары да керекті айналымда осындай мақсаттарды орындайды.

Дүниежүзіндегі ең бірінші әуежай ол Кенигсберг әуежайы Девау, 1919 жылы ашылған. Гидроәуежайын гидроұшақта қабылдау бар. Ондай әуежайларда ұшып-қону жолы болмайды, оның рөлін судың жоғарғы қабаты атқарады. Халықаралық

әуежай – қабылдауға және әуе кемесін жіберуге арналған әуежай. Халықаралық әуе кемесін тасымалдауды орындайды, сақшы және кедендік бақылау ісін жүзеге асырады.

3) Аэродром – ұшуды қамтамасыз ету, қондыру, ұшақтарды орналастыру және қызмет көрсету, әуе кеңістігіндегі жер және су саласы, құрылыстармен және айналымдар. Аэродром бір немесе бірнеше ұшып қону жолындағы айналым болып табылады.

Аэродромның белгілері:

- азаматтық (азаматтық жолаушыларды және жүктерді тасымалдауға арналған, әуежайлардың құрамына кіреді);

- тәжірибелік (зауытта және полигондағы авиациялық құралдар сынағы)

Мемлекеттік:

- әскери (қорғаныс есебін шығару, соғысқа арналған кезекшілікті құру);

- ғылыми (ұшу, шабуылдық және әскери авиацияның құрамындағы техникаға үйрету);

- спорттық (оқып жаттығуға және ұшақпен ұшуды, тікұшақпен, парашютпен секіруді үйретеді).

Азаматтық аэродромдарда азаматтық әуе кәсіпорындары болады, ал әскериде Қорғаныс Министрлігінің және де басқа күш ведомствалардың әскери бөліктері, айталық тәжірибелік аэродромдарда – әуе техника сынақтарымен айналысатын ұйымдар (әуезауыттардың ұшу сынақтық станциялары), әртүрлі ведомствалардың ғылыми зерттеу мекемелері – азаматтық әскери салалары, оқу-жаттығу – ұшу және де әуе техникалық училище, спорттық – әуеспорт клубтары орналасады. Бірегей базалардың бірсыпыра аэродромдары бар. Олардың құрамында азаматтық және әскери аэродромдар болады. Соңғы жылдары әскери аэродромдардың орнына әуе база термині қолданылатын болды, ағылшын тілінде - air base.

4) Әуевокзал (әуежай терминалы) – көбіне әуежайдағы әуе транспорттарының жолаушылармен және жүк операцияларымен айналысатын мекеме.

Екі мағына береді:

1. Әуевокзал – жолаушыларды әуежай аймағына кірген және де ұшатын уақытқа дейін, яғни әуежайдан кеткенге дейінгі қызмет көрсетіп, көптеген қызметтер көрсетілетін орын:

- әуекәсіпорынның қызметкерлері;
- жолаушыларды тасымалдайтын қызметтік ұйым;
- қауіпсіздік қызметі;
- жүктік қызметшекаралы, иммиграциялық және кедендік тексеру қызметтері;

- демалуға арналған әртүрлі мекемелер мен кәсіпорындар, жолаушыларды қызықтыру, мейрамхана және дәмхана, кәде сыйлықтарды сату бөлімдері, дүкендер және т.б.

2. Әуежайға дейінгі бүкіл функцияларды орындайтын автобустық рейс терминалы, қызмет көрсету әуежайларынан алшақ орналасқан әуевокзал.

Көліктің техникалық базасы.

1. Көліктегі депо - теміржолдар мен қала көліктері (трамвай, троллейбус) және өрт машина құралдары). Қанау және жөндеу орындары.

Теміржол депосы қызмет көрсету құрылымына байланысты бірнеше түрге бөлінеді:

- локомотивтік-депо - локомотивтерге қызмет көрсетеді;
- моторвагондық-депо - моторвагонның елгезек құрамы;
- электрдепосы - электрпойыздары;
- аралас депоның түрлері – әртүрлі қозғалмалы құрамның түрлеріне бір уақытта қызмет етеді, мысалы электровоздар және электрпойыздары.

2. Техникалық қызмет көрсету станциясы – ағымдағы және іргелі жөндеуге, қосымша айналымды орналастыруға, халыққа қызмет көрсететін немесе жоспар бойынша техникалық қызмет көрсететін ұжым. Сонымен қоса қазіргі сервистік орталықтарда өзінің шығын материалдары және жеке қоймалары бар.

3. Автомобиль жанармай станциясы – жол бойындағы транспортқа жанармай құюға арналған кешен.

Ол автотранспортқа көмірсутек жанармайын – жанармай және дизель жанармайының дәстүрлі сортын құятын орын. Автомобильге газ толтыратын компрессорлық станция түрі аз таралған. Ол табиғи газбен сығылған жанармайды және автомобильге газ толтыратын компрессорлық станция.

Қазіргі кезде автожанармай құю станцияларында жанармай сатумен шектелмейді. Бұндай станциялардың жанында көбіне

шағын дүкендер болады, ал дәмханалар, банкоматтар, автожуулар аз. Стационарлық АЗС жарық пен найзағайдан қорғайтын жүйемен жабдықтандырылған. Орналасуына байланысты АЗС-тің жолдық және қалалық түрлері бар. Қалалық АЗС-ке көбіне қатал қауіпсіздікті талап етеді.

3. Қазақстанда транспорттық дамудың мәселелері

Қазақстанның экономикалық және географиялық ерекшеліктері (кең территориясы, теңізге шығу жолының жоқтығы,) оның экономикасын дүниежүзінің жүксығымдылығы етеді. Еуропаның және Азияның ортасында орналасқан Қазақстан транзиттік мүмкіншілікке ие. Жазықтық ландшафт және үлкен табиғи-тастық материалдар теміржолды және транспорттық автомобильді еш кедергісіз дамытуға мүмкіндік береді. Жерасты жолының негізгі желілік үлесі автомобильдер мен теміржолдарға келеді (88,4 және 14,0 сай келеді). Эксплуатациялық су жолы 3,9 мың км, ауа трассасы 61 мың км құрайды. 1000 кв желінің тығыздығы 5,1 км теміржолын, 32,4 км автомобиль жолдарын құрайды.

Қазіргі кезде республика өзінің транспорттық кешенін дамытуда негізгі құралдардың жағдайымен, ескірген инфрақұрылымның және технологияның дұрыс дамымағандығымен қанағаттанбайды.

Транспорттық шығынның үлесі өнімнің ақырғы бағасына қатысты жоғары және 8% және 11% деңгейінен жоғары, болып келеді. Олардың ішкі теміржолдар және автомобильдер тасымалдауға сәйкес, нарық экономикасы дамыған мемлекеттерде көрсеткіші 4-4,5% құрайды. Нәтижесінде дамыған мемлекеттерге қарағанда Қазақстанның экономикасы транспорттық жүктемені екі есе қылып алып жүру керек. Көрсеткіш бойынша, Қазақстанның жүксығымдылық экономикасы шамамен бес есе тиімді, ЕС мемлекеттерінде жүксығымдылығы 1т-км.долл. ЖІӨ.

Қазақстанның территориясынан өтетін және қалыптасатын 4 халықаралық транспорттық дәліз бар. Олар:

- Солтүстік Трансазиялық теміржол магистралінің дәлізі: Батыс Европа- Қытай, Корея жағажайы және Жапония, Ресей және Қазақстан Петропавловск арқылы.

- Оңтүстік дәлізі ТАЖМ: Турция арқылы Оңтүстік-Шығыс Еуропа-Қытай және Оңтүстік Азия, Иран, Орталық Азия және Қазақстан (Достық-Ақтоғай-Алматы-Шу-Арыс-Сарыағаш жерлерінде).

- ТРАСЕКА: Шығыс Еуропа-Қара теңіз арқылы Орталық Азия, Кавказ және Каспий теңізі (Достық - Алматы- Ақтау жерлерінде).

Солтүстік-Оңтүстік: Солтүстік Еуропа-Ресей және Иран арқылы Парсы шығанағының елдері, Қазақстанның қатысуымен Ақтау теңіз портының жеріндегі Ресей және Ақтау-Атырау аймақтары.

Негізгі трансконтинентальдық бағдардың қатысуынан басқа, Орталық ТАЖМ дәлізін атап өтуге болады.

Дәліздер жүктерді Шығыс-Батыс жерлеріне жеткізуді айтарлықтай қысқартады. Бүгінгі күнде Қытайдың, әсіресе, Батыс аймақтарындағы экономикасының жедел қарқынмен өсуі әлемдік нарыққа әртүрлі тауарларды жеткізуді керек етеді.

Қазақстан Республикасының транспорттық стратегиясы

Қазақстан Үкіметінің транспорттық саласының мемлекеттік даму стратегиясын 2015 жылға дейін жетілдірген және бекіткен, жақын 10 жылдың ішінде 26 млрд.долл. инфраструктураны жарыққа шығару қарастырылып жатыр.

Транспорттық стратегияның мақсаты – мемлекеттің болашақ экономикалық стратегиясына сәйкес транспортты – коммуникациялық кешенді дамыту. Іске асыру мерзімі – 2006-2015 жылдар. Ол екі кезеңнен: 1-кезең - 2006-2011 ж., 2-кезең – 2011-2015 ж. Нәтижесінде, Транспорттық стратегияның іске асырылуы транспорттық жүйеден жаңа сапалы деңгейде асырылады және қолайлы транспорттық жүйе ұйымдастырылады. Толық өз өтімділігін ұстанған инфраструктураны қаржыландыруға өту, оның қорларының әрі қарай табанды дамуына, жоғары техникалық және технологиялық деңгейде қорларды ұйымдастыруына мүмкіндік береді.

Транспорттық инфраструктура дүниежүзілік стандартқа сай келетін болады. Экология саласындағы нормативтік база және бақылау жүйесі халықаралық стандартқа келтірілетін болады. Осының барлығы транзиттік тасымалдың үлесін ұлғайтуға мүмкіндік береді және де оның негізін контейнерлік тасы-

мал құратын болады. Транзит мемлекетке және транспорттық компанияның бюджетіне түскен қаржыны қамтамасыз етеді. Стратегия теміржолдың, автомобильдің, қалалық жолаушылық, ауа және транспорттың сулы түрін қамтиды, дамуы және қызметтік тиімділігі мемлекеттік саясатқа байланысты болады. Транспортты ағымдағы жылдарда қаржыландыру деңгейі 15% құрайды, ал бұл көрсеткіш территориялық сипаттамасы ұқсас мемлекеттерге қарағанда анағұрлым төмен болып келеді. Белсенді дамыған мемлекеттер транспорттық жиынға 4-7% ВВП-дан қосады. Транспорттың даму мәселесі инфраструктураның шектелуін үлкейтеді, әлеуметтік даму деңгейін және экономиканың біртұтас кеңістігін төмендетеді. Олардың тез шешілуі, әсіресе, халықаралық экономиканың тиянақты және сапалы өсу жағдайында маңызды болып келеді. 2000 және 2004 жылдар аралағында Қазақстанның экономикасының өсуі ВВП-ның 42,7% құрады, ал өндірістік тауарлар мен қызметтердікі 41,9% және 43,7% өсті. Осымен қатар кез келген көліктің жүктік тасымалдау көлемі 28,5%-ға өсті. Соның нәтижесінде, көліктік инфраструктураның тығыздығы экономиканың өсуін тежеп тұр.

Жол инфраструктурасының дамуының ең бастысы 6 негізгі халықаралық транзиттік коридорларының салынуы болып табылады:

1. Ташкент-Шымкент-Тараз-Алматы-Хоргос
2. Шымкент-Қызылорда-Ақтөбе-Орал-Самара
3. Алматы-Қарағанды-Астана-Петропавловск
4. Астрахань-Атырау-Ақтау-Түркменстан шекарасы
5. Омск-Павлодар-Семипалатинск-Майқапшағай
6. Астана-Қостанай-Челябинск-Екатеринбург

Көліктік жол инфраструктурасының дамуының негізі болып:

- негізгі халықаралық транзиттік коридорлардың салынуына алғашқы жағдайлар жасау, сонымен қатар халықаралық маршрут және Республикалық жолдардың салынуы;

- жолдың жеке аймақтарын кешілдеме бойынша жалпы пайдалану, ҚР қамтамасыз ететін тарихи, мәдени және табиғи туристік объектілеріне рұқсат етілуі, ішкі және шығу туризмін дамыту мақсатында:

1. Алматы-Аягөз-Георгиевка
2. Қаскелең-Бахты
3. Чунджа-Көлжат
4. Үшарал-Достық
5. Қызылорда-Жезқазған-Павлодар-РФ шекарасы
6. Жезқазған-Петропавловск-РФ шекарасы
7. Бейнеу-Ақжігіт-Өзбекстан шекарасы

Қорытынды:

7-тақырып бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Туризм индустриясында транспорт өте маңызды болып келеді, себебі, ол мезгілімен және сапасымен ішкі және халықаралық хаттамада халықты тасымалдаудағы және қызметтегі талабын, барлық мемлекеттің халықаралық қауіпсіздігін және экономика саласындағы тіршілік әрекетін, тасымал нарығындағы және байланысты қызметтің қалыптасуын, кәсіпкерліктің тиімді дамуын қамтамасыз етеді. Мемлекет транспорттық қызметті бақылайды, материалдық-техникалық базасының дамуын жүзеге асырады, сонымен қатар мемлекеттің құрамындағы негізгі қажеттіліктерін қанағаттандырады.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. *А. А. Авдовский, А. С. Бадаев, К. А. Белов.* Организация железнодорожных пассажирских перевозок М., 2004.
2. *А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин* «Управление индустрией туризма»; М., 2005.
3. *О. Я. Осипова* «Транспортное обслуживание туриста»; М., 2004.
4. *Н. Б. Биржаков, В. И. Никиферов* «Индустрия туризма»; С-П., 2003.
5. Транспортная стратегия Республики Казахстан до 2015 года.

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге және студенттердің өз бетімен орындауға арналған тапсырмалар:

- 1) Негізгі тасымалдау түрлерін атап көрсет.
- 2) Жүктасымалының негізгі түрлерін атап көрсет.
- 3) Тасымалдаудың қандай негізгі түрлері бар?
- 4) Туризмнің техникалық базасына не жатады?
- 5) ҚР туристік транспортының дамуының қандай мәселелері бар?

Репродуктивті деңгей:

- 1) Туристік индустриядағы транспорттық тасымалдаудың орнын анықтау.

- 2) Транспорттық тасымалдаудың мәнін ашу.
- 3) Транспорттық тасымалдың және жүктасымалының классификациясын анықтау.
- 4) Қазақстандағы транспорттық тасымалдың жағдайын талдау.

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

- 1) ҚР белгілі кезең уақытында статистикалық тасымалдауға талдау жүргізу (жыл, тоқсан, ай);
- 2) Әуе тасымалдары, теміржолдар, автотасымалдар арасындағы сұранысты сипаттау;
- 3) Қазақстандағы транспорттық тасымалдың дамуының мәселесін анықтау.

Шығармашылық деңгей:

«ҚР транспорттық тасымалдаудың мәселесі» тақырыбына эссе жазу, дәріс тақырыбына байланысты баяндама дайындау.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Туристік көліктің негізгі тасымалдау түрлері даму мәселелері

Мақсаты: Тақырып бойынша негізгі түсініктерді анықтау және игеру, транспорттық тасымалдың ұйымымен танысу, туристік салада оның рөлін анықтау, Қазақстандағы туристік транспорттың дамуының мәселелерін қарастыру.

Әдістемелік нұсқаулар:

Транспорттық тасымалдың динамикасының дамуы және Қазақстанның 2015 ж. дейін арналған көліктік стратегиясын қолдана отырып, сабақты жүргізу кезінде көрнекі материалдарды қолдану, транспорттық тасымал бойынша презентация өткізу, ресми көрсеткіштерді қолдану.

8-тақырып. Телекоммуникациялық жүйелер, тұрмыстық және инженерлік байланыстар

Мақсаты: Тақырып бойынша негізгі ұғымдарды, телекоммуникациялық жүйелердің ұйымдастырылуын, оның туристік саладағы рөлін анықтау және меңгеру, телекоммуникациялық жүйелердің жаңа мүмкіндіктерін анықтау және осы мүмкіндіктерді Қазақстанда туристік өнімнің өндірілуі мен жылжуы үшін қолдану.

Жоспар:

1. Байланыс пен телекоммуникация жүйелері, байланыс жолдары.
2. Телекоммуникациялық желілердің жаңа мүмкіншіліктері, тұрғылықты коммуникациялар.
3. Туристік өнімді құру және өткізу үшін Internet мүмкіншіліктерін қолдану.
4. Инженерлік телекоммуникациялар, туризм нысандарын, жылумен, сумен, энергиямен қамтамасыз ету.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: Телекоммуникациялық желілер, байланыс жүйесі, ақпараттық технологиялар, инфрақұрылым, электронды жарнама, байланыс каналы.

1. Байланыс пен телекоммуникация жүйелері, байланыс жолдары

Туризм әлеммен бірге өзгереді және ХХІ ғасырдың басында ол көптеген мемлекеттер мен әлем аймақтарының әлеуметтік-экономикалық және мәдени өмірінің басыңқы салаларының біріне, ал туристік индустрия – тұтынушы моделінің және көпшілік халықтың әлеуметтік тәртібінің мәнді ажырамас элементіне айналды.

Туризм инфрақұрылымы – инженерлік және коммуникациялық желілердің, құралдардың, сондай-ақ туристердің туристік қорларға қалыпты қолжетімдікті және туристік мақсатта қолданысын қамтамасыз ететін телекоммуникациялық байланыс, жолдар, аралас туристік кәсіптердің (қайта өндіретін, тұрмыстық, энергетикалық) және туристік кәсіптердің өміршеңдігін қамтамасыз ететін кешен.

Телекоммуникациялық жүйелер мен желілер – кез келген уақытта және кез келген жер шарының нүктесінде ақпарат алуды және оны алмастыруды қамтамасыз ететін кеңістікте таралған бұқаралық қызмет жүйелері. Ақпараттық мәліметтерді, мәтіндерді, бейнені жинауға, таратуға, аудио және мультимедиялық ақпаратты жіберуге мүмкіндік беретін және стереофондық бағдарламаларды, электронды поштаны жіберуді, Internet қызметіне қолжетімдікті жүзеге асыратын жүйелер. Бұл

телефон және телеграфтық байланыс линияларының, мобильді және спутниктік радиобайланыс желілерінің, компьютерлік технологиялардың және глобалды INTERNET желісін қоса алғанда компьютерлік желі мен жүйелердің байланыс интеграциясы.

Телекоммуникациялық жүйелер мен желілер – ақпараттың үлкен ағымын жоғары жылдамдықпен жіберу, осы ағымдардың маршруттау есептерін шешу, ақпараттық мәліметтердің жоғары сапамен жіберуді қамтамасыз ету, желіні жалпы және оның әр бөлігін басқару мен синхронизациялау, цифрлық жүйелерді және интеллектуалды компьютерлік технологияларды қолдану, осы желідегі ақпараттың қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін желілер мен жүйелерді жобалау саласындағы фундаментальді дайындық.

Ақпараттық ғасыр шеңберінде мемлекеттің дамуы сапалы жаңа деңгейге өтуінің міндетті шарты болатын әр азаматтың күнделікті өміріне ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың енгізілуі. Ол үшін мультисервистік инфрақұрылымды «электронды үкіметті» құру мен дамыту болып табылады. Мемлекеттің ақпараттық инфрақұрылымды құрудың негізгі мәні мәліметтерді жіберудің желілерін құру, ал ол болса мемлекеттік органдардың, ведомстволарлық ұйымдардың кез келген мемлекеттің әкімшілік-аймақтық құрылым деңгейде әрекеттесуінде ақпараттық оқшаулану мәселелерін шешу.

Ақпараттық технологиялардың және телекоммуникациялардың Қазақстан Республикасы инфрақұрылымның элементі ретінде рөлі мен мәні мемлекеттің тұрақты дамуы мен бәсекеге қабілеттілігін жоғарлатуда. Соңғы жылдары телекоммуникация саласының тұрақты дамуын ескере отырып, қазіргі заманға сай телекоммуникациялық инфрақұрылымның дамуы мен ұлттық экономиканың өсуінің кілті ретінде ақпараттық теңсіздікті жеңу - Қазақстан Республикасының негізгі міндеті цифрлық транспорт ортасын құру болып табылады. Телекоммуникациялық нарықтың либерализация процесінің шеңберінде нарық құрылымының оптимизациясы жүруде. Қазіргі уақытта телекоммуникациялық нарықтың келесі негізгі сегменттерін бөлуге болады: мобильді байланыс, жергілікті телефон байланысы, қалааралық және ұлтаралық байланыс, мәліметтерді жіберу, телематикалық қыз-

меттер (Интернетті қоса алғанда). Бүгінгі таңда мәліметтерді жіберуде желілердің дамуы облыстар территориясында біркелкі емес. Ауылдық өңірлерде жаңа заманғы байланыс тек кейбір аудан орталықтарындағы мемлекеттік органдарға қолжетімді. Сондықтан да қазіргі заманға сай инфрақұрылым-коммуникациялық желінің бар болуы аймақ дамуының маңызды факторы болып отыр. Мемлекеттік органдардың ақпараттық инфрақұрылымдық дамуында әлі де мемлекеттік органдарда ақпараттық жүйелер интеграциясын ұйымдастыру мәселелері орын алуда. Бұған мемлекеттік органдардың мәліметтерді жіберуде бірыңғай жүйесінің болмауы, интеграцияланатын ведомствалық деректер қорының аяқталмауы, нормативті қордың дайын болмауы және т.б. әсер етеді.

Бүгінгі күні Қазақстан Республикасында бірқатар мемлекеттік органдарда мәліметтерді жіберетін желілер құрылып, қолданыс тапты, олардың ішінде ең ауқымдысы салық және кеден әкімшілігі, қазыналық және зейнетақыны қамтамасыз етудегі корпоративті коммуникациялық желілер, басқа мемлекеттік органдарға мәліметтерді жіберу үшін ведомстволық желілерді құру мен кеңейту қажет болуда. Бірақ, мәліметтерді жіберуде ведомствалық желілерді құрудың бірыңғай орталықтанған әдістеменің болмауынан жұмыстардың қайталануына, ақпараттық-коммуникациялық жүйелердің үйлесімсіздігіне, қорлар тиімділігінің төмендеуіне әкеледі. Оның үстіне бірыңғай қауіпсіздік саясаты жоқ, мемлекеттің кез келген әкімшілік-аймақтық құрылым деңгейінде ведомствоаралық байланысудың ұйымдасуы әлі мәселе деңгейінде болуда.

Байланыс линиялары

Бүгінгі таңда адамдар арасында ең тиімді байланыс құралы электронды пошта - глобалды желіде коммуникациялық технологиялардың бірі болып табылады. Электронды пошта серік пен клиент арасындағы байланысқа бір-екі есе шығынды төмендетуге мүмкіндік береді. Бүкіл әлем бойынша электронды пошта арқылы байланыстың маңызды ерекшелігі қолданушы халықаралық телефон каналдарын қажет етпейді, ол тек жергілікті байланыс сызықтары арқылы қатынас жасай алады. Бүгінгі күні электронды пошта тек мәтіндерді ғана емес, бейне, аудио мен видео жаз-

баларды және т.б. күрделі құжаттарды жібере алады. Электронды пошта-Интернеттегі жалғыз коммуникация емес.

Сонымен қатар, WWW технологиялары, компьютерлік телефония, видеоконференцбайланыс та қарқынды түрде дамуда. Интернеттегі неғұрлым мәнді қол жетістік – бұл «Бүкіл Әлемдік Тор» (World Wide Web) және миллиондаған адамдарға киберкеңістікке жол ашқан Web деп аталатын технология. Бұл технология нақты уақытта бүкіл әлемдегі түрлі ұйымдардың миллиондаған электронды кеңсе ақпаратты іздеуге және олармен ұсынылатын ашық ақпаратпен танысуға мүмкіндік береді. Әр интернетке қосылу әкімшіліктің жедел байланысымен қатар жүргізілуі мүмкін. Тағы бір ерекшелік - байланыс халықаралық телефонды каналдың қажетінсіз: байланыс жергілікті байланыс сызықтары арқылы жүзеге асырылады.

Электронды пошта көп салмақты ақпаратты өте тез (санаулы секундтар) адресат компьютеріне немесе топтық поштаға жібере алады. Сонымен қатар, серік офисінің жұмысындағы уақыт белдеулеріндегі айырмашалықты ескерудің қажеті жоқ. Электронды пошаның белсенді қолданылуы хабармен алмасуда кететін шығындарды ондаған есе кемітуге мүмкіндік береді. Ол мөр мен шын қол таңбаларын қажет етпейтін қағаз бетінде көрініс тапқан келісім шарттар мен контракттар, топтардың тізімі, қабылдайтын туристер туралы хабарлама және басқа да жедел ақпарат бола алады. Сондай-ақ хабарды жедел түрде жіберетін пошталық жүйе (автоматтық көбейткіш-mail reflector) қолданылуы мүмкін, мысалы, туризм, туристік өнім, тур, маршрут, қызмет саласындағы жаңа ұсыныстар. Бұл жағдайда электронды адрестері берілген пошталық жүйе арқылы жедел уақытта жіберілген хабарды алады. Сәйкесінше сол қолданушы да берілген адресстер топтарынан келген ақпаратты қабылдай алады.

Windows қабықшасында өзінің адресстік тізімін жасайтын және сол берілген тізімде белгіленгендерге электронды хабарды жіберетін автоматты жіберуді орындайтын сәйкес бағдарламалық жабдықтар бар. Көптеген туристік компаниялардың әлі де Интернетке жағымсыз көзқараста болғанымен де, осы компьютерлік желіні қолданудағы артықшылықтары айқындалуда. Интернеттің тартымды жағының бірі - ол прайс-парақтардан бастап

каталогтарға дейінгі көлемдегі ақпаратты электронды тарату. Лондондық тур операторлық фирма “Comet Travel” басшысының айтуы бойынша ақпаратты 2000 агенттікке электронды жіберу арқылы компанияға әр ретте \$5000 жуық үнемдейді. Сонымен бірге ақпарат Интернетте қолданушыларға – агенттіктерге немесе клиенттерге тәулігіне 24 сағат, аптасына 7 күн бойы қолжетімді. Осыдан басқа, жедел ақпарат алуда жеңілдік уақыт алуға болады: ауа райының болжамы, қонақүйлер, қалалар сызбасы және т.б. туралы деректер.

2. Телекоммуникациялық желілердің жаңа мүмкіншіліктері, тұрғылықты коммуникациялар

Интернет – жарнамалық кеңістік масштабында прецедентсіз. Жарнаманың қабілетті тұтынушылары 70 миллионнан астам Интернет пен оның мүмкіндіктерін қолданушылар.

Қазақстандағы Интернет жарнама компаниясы шет елдеріндегідей тиімді. Біздің елімізде компьютер кәсіпкерлер мен мемлекеттің офистеріндегі қолданушылардың қолданысында. Көптеген фирмалар электронды пошта және Интернетте ақпарат іздеу қызметтерін қолданады. Фирма жайлы ақпаратты, сонымен бірге фирманың жарнамаларын енгізу- жарнама берушінің имиджін көтереді және жоғары ұйымдастырылған кәсіпкерлерде, потенциалды серіктестер-фирмалардың және негізгісі-делдалдардың қызығушылықтарын тудырады. Делдалдар әрдайым компьютерлік кеңістікті, серіктестік туралы ұсыныстар мен хабарламаларды мұқият зерттеуде болады және өзінің жергілікті нарығында тауарларды тура сағумен айналысады. Бұл әлемдік нарықта тауар сатылуының керемет бір әдісі. Сонымен Интернет желісінің қолданушыларға әлемдік қоғамдастықта бұрын болмаған өзінің туристік өнімінің ұсыну мен жылжуына байланысты мүмкіндіктерді қолдануға жағдай береді деп нақты айтуға болады. Соның өзінде шағын фирмада сауатты жүргізілген жарнамалық компаниясы болса, үлкен жетістіктерге қол жеткізуі мүмкін.

Қалай Интернетте өзінің жарнамамен миллиондаған жеке клиенттерді қызықтыруға болады? Алдымен, осы жарнаманы

тартымды қылу керек, ол арнайы дизайн мамандары меңгерген ақпаратты көркемдеу әдістері арқылы жүзеге асады.

Келесі қадамда жарнаманың орналасу жерін таңдау болып табылады. Интернет жарнамасына территориялды шектеу жоқ. Ол жер шарының кез келген нүктедегі қолданушыларына бірдей қолжетімді. Ақпаратты мамандандырылған туристік WWW-серверлерінде орналастырған дұрыс. Бұл жағдайда берілген қызмет саласында мамандармен орындалатын сапалы қызметтің көрсетілуіне сенуге болады. Желідегі мәліметтер техникалық қызмет көрсетуді, құрылуды және дамуын қажет етеді. Сондықтан да оларды тасушы басқа қалада немесе елде орналасқанына қарамастан оларды осы қызметтің сапасы жоғары жерде аралыстыру керек. Егер клиент қызметінің жүргізілуіне және жылжуына жауап беретін мамандандырылған агенттікке сенімді болса, онда осы мәліметтерге сілтеме мамандандырылған түрде бүкіл әлемдегі бірнеше ондаған электронды анықтамалықтарда және каталогтарда орналасуы мүмкін, бұл оның жоғары қолданысқа ие болуын қамтамасыз етеді. Жарнаманы басқа WWW-серверлерінде орналастыруға болады, егер ол жарнама берушіге профиль жағынан ыңғайлы болатын болса. Бұл қымбат емес және қосымша клиенттерді тартуға мүмкіндік береді. ИНТУРИОН атты мамандандырылған онлайн қызметінің (<http://www.hro.ru/intour>) бетінде туристік ұйымдардың, сонымен қатар туристік қызметті жүзеге асыратын барлық қатысушылардың жарнамалық және ақпараттық қызметін жүзеге асырады. ИНТУРИОН жүйесі келесі бөлімдерден тұрады:

- туристік ұйымдар - электронды онлайндық анықтамалық;
- туристік ұсыныстар - туристік бағдарламалар мен турлар туралы ақпарат;
- серіктестікті іздеу - серіктерді іздеу туралы хабарламалар;
- туристік қызметті жүзеге асыруды қамтамасыз ету - туризмді жүзеге асыратын ұйымдардың онлайндық анықтамасы;
- виртуалды саяхат - Интернетте таныстырылған елдер мен қалалар бойынша электронды экскурсиялар.

Электронды онлайндық анықтама жер шарының кез келген нүктесінен ақпарат түйіндеріне тәуліктік ашық қолжетімдікті, қабылданған мәліметтердің жедел басылуына, жедел 1-2 күн ішінде өзгерістердің енгізілуіне, деректердің елдер, қалалар және

сервис түрлеріне қатысты топталуын, ақпараттың тез ізделуін, сілтемелердің персоналды беттер мен серверлерге көркемдеуін қамтамасыз етеді.

Интернеттің қарқынды дамуы туристік фирмалардың жарнамаға қатынасын өзгертуде. Мысалы, кейбір еуропалық турфирмалар жарнамалық газет көлемін шектей бастады, оның орнына олар өздерінің ақпараттарының Интернетте орналасуына бет бұрды. Газеттегі кең көлемді жарнамалық хабарламалардың орнына Интернеттің ақпараттық бетінде орналасқан адрестік сілтемесі бар кішігірім блоктармен ауыстырылды. Сонымен бірге көптеген Еуропалық компаниялар Интернеттің қарқынды дамуын өз бизнестері үшін қауіп көреді. Интернетте қонақүйлерді, авиабилеттерді және басқа да тур құраушыларын брондау жүйесінің ашылуы нәтижесінде клиенттерге агенттіктердің қызметін пайдаланбай-ақ өз демалысын өздері ұйымдастыруға мүмкіндік береді. Интернетке қосылған туроператорлық фирмалар туристік өнімнің құрылуы мен жүзеге асуында осы глобалды компьютерлік жүйенің ақпараттық мүмкіндіктерін бағалады. Көптеген туристік орталықтар мен компаниялар Интернет желісінде ақпараттың мәтіндік массивтерін түрлі түсті фотосуреттермен, тіпті фильммен бірге орналастырады, бұл қолданушыларға туристік ресурстармен мұқият танысуға, турлар жайлы ақпарат алуға, күн тізбесі мен ауыстыру шарттарымен танысуға, транспорттың қозғалысы мен қонақүйлердің және экскурсиялар туралы, үлкен мейрамханалар мен мәзір туралы, сұраныс жіберуге немесе тікелей туристік қызметтерді брондауға, тіпті кредиттік карта болған жағдайда оларға төлеуді жүзеге асыруға болады.

3. Туристік өнімді құру және өткізу үшін Internet мүмкіншіліктерін қолдану

Интернет желісі байланыстың жоғары дәрежеде сапасы мен жеделдігін жоғарылатуға, коммуникация мен іссапарға кететін шығынды қысқартуға, географиялық эрекетті, серіктер мен клиенттер санын кеңейтуге мүмкіндік береді. Жоғары Интернеттің мүмкіндіктердің көбі туристік салада қолданылады. Дегенмен, туристік ұйымдардың ерекше қызығушылығын туындататын глобалды желіні қолданудың келесі формалары бар:

- коммуникация мен тиімді байланыс;
- жарнама және туристік өнімнің қозғалысы;
- маркетингтік зерттеулер;
- фирманың және оның туристік өнімінің электронды презентациясы;
- халықаралық және аймақаралық туристік электронды көрмелер мен жәрменкелердің мүмкіндіктерін қолдану;
- броньдау мен резервтеу жүйесін қолдану;
- жеке дербес турды құру және туристік жолдамаларды сатып алу;
- елдер мен бағыттар байынша туристік өнімнің электронды каталогын қолдану;
- елтану ақпаратын алу, түрлі елдерде жедел ауа райы болжамын білу, түрлі көлік қозғалысының тізімін білу;
- тарифтер мен қонақүйлердің, мейрамханалардың, түрлі тасу және басқа да қызмет көрсетулерінің бағалары жайлы жедел ақпарат алу;
- төлеу процесін жүзеге асыру үшін Интернет желісін қолдану;
- виртуалды туристік офисті және т.б. құру.

Интернет мүмкіндіктерін туристік өнімді құру мен қозғалысы үшін қолдану бұл:

- керекті ақпаратты іздеу мен жүйелеу;
- маркетингтік зерттеулер;
- серіктестерді іздеу;
- туристік қызметтерді броньдау мен резервтеу;
- туристік өнімнің жүзеге асуы;
- қабылданған жарнама стратегиясының тиімділігін талдау және т.б.

Әлемдік глобалды желіде жедел, тұрақты коммуникациялар туристік өнімнің жоғары тиімділікпен қозғалуын қамтамасыз етеді.

4. Инженерлік телекоммуникациялар, туризм нысандарын жылмумен, сумен, энергиямен қамтамасыз ету

Қонақүй түрлі инженерлік құрылғылармен қамтылады. Олардың жұмыс істеу қалпын сақтау сәйкес технологиялармен

қамтамасыз етіледі. Міндетті түрде техникалық қауіпсіздіктің және еңбекті қорғаудың талаптары орындалуы қажет. Түрлі шулар, вибрациялар, жылудың, ылғалдылықтың, жарықтың жетіспеушілігі немесе керісінше тым көп болуы, ғимаратта зиян заттардың болуы персонал мен тұрушылардың денсаулығына кері әсер береді.

Шаруашылық-тұрмыстық қажеттіліктер және ішу үшін қонақүйдің су құбырларының жүйесі қамтамасыз етеді. Ластанған су канализация жүйесіне кіріп, қонақүйден шығады. Қонақүйді суық, ыстық сумен қамтамасыз етумен қатар өрт сөндіру жүйелері де жұмыс жасайды. Қонақүйге келетін судың сапасы мен температурасы елдің талап ететін стандартына сәйкес болуы қажет. Ыстық және суық су жүйелерінің шығыны жеке есептелінеді. Бір тұрғынға тәулігіне 3000 литр су кетуі мүмкін. Қонақүйдің бірлік жіберу қабілетіне меншікті су шығынының сыйымдылығы есептелінеді.

Қонақүйді жылыту үшін түрлі су, бу немесе ауа жылу жүйелері қолданылады. Қонақүйдің тұрғын бөлігінде әдетте жеке жылыту жүйелері болады. Жылыту үшін кететін жылу мөлшері ғимараттың көлеміне және конфигурациясына, жылытылатын бөлмелердің жылу жоғалту мөлшеріне (есік, сыртқы қоршаулар және т.б. арқылы), сыртқы ауа температурасына, ғимараттың конструкция ерекшеліктеріне байланысты болады. Жалпы жылуды қолдану жылумен, вентиляциямен және ыстық сумен қамтылуды қосады. Қонақүйдің бірлік өткізу қабілетіне жылудың меншікті шығыны есептелінеді.

Жасанды емес және механикалық вентиляция арқылы қонақүй ішіндегі ластанған ауаның шығарылуы мен таза ауа ағымының кіруі жүреді. Вентиляция жүйесі ауа ауысуының және қозғалысының ұйымдастырылуына, қолдану мақсатына қарай ерекшеленеді (ағымдық, тартымдық).

Қонақүйде ауаның аллергиядан және ластанудан тазартатын, кондиционерлеудің (ішкі климатты басқару) технологиялары қарастырылған.

Күшті қажет ететін қызметтерге, жарықтандыру мен жылыту мақсаттарына электр энергиясы қажет болады. Қонақүйдің күш қолданатын құрылғылар құрамына: электрқозғалтқыштар,

ғимараттың ішін тазартатын машиналар, лифт, тоңазытқыштар, насостар, компрессорлар, станоктар және т.б. кіреді. Құрылғыларды қолдану жұмыс жасау уақытымен, қуатымен, өндіру процестеріне қызмет көрсетумен, жалпы және меншікті электр қуатын өндірумен сипатталады. Электр қамтамасыз ету жүйесінде екі оқшауланған сызба қарастырылған. Негізгіден (сызба негізгі және кезекшілік салалануы бар) және резервтік (апаттық).

Инженерлік құрылғылар жұмыс жасау қалпында сақтау құрылғыны қолдануды бақылау; қолданудың нормативтік шарттарды бұзбау, уақытымен тексеру жұмыстарын жүргізу, құрылғыларды эксплуатациялық және толығымен жөндеу арқылы жүзеге асады. Қазіргі уақытта ЕЭМ басқаруды, функцияға өзгерістерді енгізуді, сигнализация, қайта қосуды, қонақүйдің тұрғындарын тіркеуді жүзеге асыра алады.

Қонақүйдің әлсіз шаруашылығына байланыс құралдары, өрт және қауіпсіздік сигнализациясы, радиофикация, теледидарлық, газофикация, инженерлік құрылғылардың автоматизациясы және т.б. жатады. Соңғы уақыттарда қонақүйлердің әлсіз шаруашылығы жаңа компьютерлік технологияларға сәйкес түпкілікті модернизацияға ұшырады.

Өрт қауіпсіздігінің сигнализациясы шығынның 7% жуығын құрайды. Қонақүйлерде өрттердің пайда болуы: темекі тартушылардың (22.5%), жөнделмеген электр құрылғылар (19.7%) мен техниканың (18%), ас үйдегі өрттердің (16.7%) себебінен туындайды.

Шетелдік зерттеулер үлкен қонақүйлердің тек 26% толық, ал 25% жартылай өрт қауіпсіздігі орын алатынын көрсетті. Бұл көрсеткіш орташа сыйымдылықты қонақүйлер үшін сәйкесінше 11 және 12% болып отыр. Үлкен және орташа қонақүйлерде өрт қауіпсіздігінің автоматтандырылған жүйесі үшін өртті хабарлайтын өрт сигнализациялары болып табылады. Өрт сигнализациясының жүйесі модульді адрестік-аналогтық өрт сөндіру станциясын сипаттайды. Түрлі өрттің хабарлағыштары қонақүйдің әр бөлмесіне неғұрлым сәйкес өртті анықтайтын: оптикалық, ионизациялық, жылулық физикалық принциптерді таңдайды. Эвакуация жолдарында адрестік хабарлағыштар орнатылады. Жүйе өртті оның алғашқы кезеңінде анықтай алатын,

өрттің пайда болған ошағын локальдеуге, «қара» түтіннің пайда болуына тез арада әсер ету мүмкіндігін жоғары ықтималдықты дәрежеде қамтамасыз етеді. Жүйе ЭЕМ-мен және бар цифрлық деректерді жіберу желілермен интеграцияланады.

Қонақүйдің қорғау жүйесінің күзеттік сигнализациясын жартылай автономды құрған дұрыс. Орталықтанған күзеттің пультіне сигнализацияның ішкі жүйесі туралы ақпарат келіп түседі, ол ақшаны уақытша сақтау жерлерінде, кассада, ауыстыру пункттерінде орналасады. Қалған жерлерге сигнализацияның автономды түрі орнатылады.

Қонақүйдің хабарлау жүйесі көп мақсатта қолданылатын аудиожүйе түрінде болады. Жүйе функциясына: қауіпті жағдайлар туралы персоналдарға хабар ету; ақпаратты микрофондар немесе алдын ала жазылған жазба арқылы жіберу; хабарларды немесе радиобағдарламаларды трансляциялау; қатар фондық музыкалық жүргізу кіреді.

Қолжетімдік жүйесі жағымсыз, не рұқсат берілмеген тұлғаларға қонақүйдің ғимаратына немесе оның кейбір бөлмелеріне кіруге жол бермеу үшін құрылған. Есептеп оқитын есіктің құлшынан, құлыптардан ақпаратты оқитын терминалдардан, компьютер арқылы басқарылатын бағдарламалық карталардан тұратын автономды жүйелер қолданылады. Ақпаратты жіберетін бір бағытталған жүйелер, сондай-ақ басқару әсері бар жүйелер де қолданылады.

Қорытынды:

8-тақырып бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Телекоммуникациялық жүйелер және желілер туристік индустрияда қажет. Телекоммуникациялық жүйелер және желілер – бұл ақпараттың үлкен ағымын жоғары жылдамдықпен жіберу, осы ағымдардың маршруттау есептерін шешу, ақпараттық мәліметтердің жоғары сапамен жіберуді қамтамасыз ету, желіні жалпы және оның әр бөлігін басқару мен синхронизациялау, цифрлық жүйелерді және интеллектуалды компьютерлік технологияларды қолдану, осы желідегі ақпараттың қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін желілер мен жүйелерді жобалау саласындағы фундаментальді дайындық.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. *Биржаков Н. Б., Никифоров В. И.* Индустрия туризма. СПб Басыл. Герда, 2003 - 400 б.
2. *Гуляев В. Г.* Новые инфраструктурные технологии в туризме.
3. *Александрова А. Ю.* География мировой индустрии туризма. М.: Пресс, 1998.

Әдістемелік нұсқаулар:

1. Телекоммуникациялық желілерге анықтама беру.
2. ИНТУРИОН жүйесінің негізгі бөлімдерін сипаттау.

Дәріс мәліметін қабылдау үшін ондағы белгіленген негізгі телекоммуникациялық желілердің ұғымдарына өзінің назарын аудару керек, себебі барлық келесі мәліметтер осы негізгі ұғымдардың конкуренциясы болып табылады. Дәріс тақырыбымен жұмыс жасағанда негізгі ұғымдардың мәнін түсінуге тырысыңдар.

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге және студенттердің өз бетімен орындауға арналған тапсырмалар:

Репродуктивті деңгей:

1. Туристік индустрияда телекоммуникациялық желілердің қолданысын анықтау.
2. Қазақстан Республикасының инфрақұрылымының элементтері ретінде ақпараттық технологиялар мен телекоммуникациялардың мәні мен рөлін анықтау.

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

1. Қазақстанда туристік өнімнің қозғалысына талдау жүргізу.
2. Қазақстанда туристік инфрақұрылымның даму деңгейін сипаттау.

Шығармашылық деңгей:

1. «Қазақстанда телекоммуникациялық жүйелердің жаңа мүмкіндіктері» деген тақырыпқа эссе жазу.
2. Қазақстанда телекоммуникациялық жүйелердің даму динамикасын бақылау.
3. «Телекоммуникациялық желілердің туризмдегі рөлі» тақырыбына сызба сызу.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Телекоммуникациялық жүйелер, тұрмыстық және инженерлік байланыстар.

Мақсаты: Туристік индустрия ұғымының мәнін ашу. Туристік индустрияның орналастыру құралдары, транспорт пен объектілердің негізгі сипаттамалары мен ерекшеліктерін зерттеу.

Жоспар:

1. Байланыс пен телекоммуникация жүйелері, байланыс жолдары.
2. Телекоммуникациялық желілердің жаңа мүмкіншіліктері, тұрғылықты коммуникациялар.
3. Туристік өнімді құру және өткізу үшін Internet мүмкіншіліктерін қолдану.
4. Инженерлік телекоммуникациялар, туризм нысандарын, жылумен, сумен, энергиямен қамтамасыз ету.

Әістемелік нұсқаулар:

Тәжірибелік жұмысқа дайындық ретінде туристік индустрияның, телекоммуникация құралдарының негізгі ұғымдарының сипаттамаларына назар аудару қажет, себебі барлық келесі мәліметтер осы негізгі ұғымдардың нақтылануы болып табылады, олардың мәнін түсінуге тырысыңыздар.

9-тақырып. Шектес база

Мақсаты: Туризм индустриясындағы шектес базаның мазмұнын ашу. Рекреациялық қорларды пайдалану ыңғайлығын қамтамасыз ететін негізгі құрал-жабдықтарды зерттеу, тұрмыстық қызмет көрсету және ойын-сауық сферасына кіретін кәсіпорындарды, сонымен қатар туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ететін кәсіпорындарды қарастыру.

Жоспар:

Рекреациялық қорларды қолдануды қамтамасыз етуге мүмкіндік пен ыңғайлық беретін ғимараттар және жабдықтар.

Спорттық алаңдар мен құрал-жабдықтар. Көңіл көтеру мекемелері.

Тұрмыстық қызмет көрсететін кәсіпорындар, бос уақытты ұйымдастыру.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: туристік инфрақұрылым, қосымша қызметтер, қосалқы база, демалыс, демалыс ұйымдары, ойын-сауық индустриясы, тұрмыстық қызмет көрсету, сақтандыру, туристік формальдылық.

1. Рекреациялық қорларды қолдануды қамтамасыз етуге мүмкіндік пен ыңғайлылық беретін ғимараттар және жабдықтар

Туристік шаруашылық туристік ұсыныстың негізгі элементі ретінде аймақтық жүйеге және туристік қозғалыс интенсивтілігіне шешуші әсер етеді. Бұнда басты рөлге түнеу базасы, көлік және тамақтану базасы ие. Аймақтың туристік тартымдылығы жоғары дәрежеде болса да, бұқаралық туризмнің бұларсыз дамуы мүмкін емес. Дегенмен туристік тартымдылықты арттыру үшін қосымша базаның маңызы зор.

Туристік шаруашылықты екі категорияға бөлуге болады: *тура* және *жанама*. Олар бір-бірімен тығыз байланысты және бір-бірінсіз бола алмайды.

Бірінші топқа тек туристерге қызмет көрсетуге арналған ұйымдар мен объектілерді жатқызуға болады: турбазалар, қонақүйлер, кемпингтер, приюттар, арнайы жолдар мен көліктік орталықтар және т.б. Бұлар туристік объектілер деп аталады.

Ал екіншіге – туристерге арналмаған ұйымдар мен объектілер жатады, бірақ оларды туристермен сирек және мезгілімен қолданады. Бұған жалпы мемлекеттік жолдар, көлік және коммуникация, мейрамханалар мен дүкендер желісі, коммуналдық қызметтер, тұрмыстық және мәдени ұйымдар. Барлық комплекс функционалдық қызметіне қарай 4 базаға бөлінуі мүмкін:

- түнеу базасы (орналастыру);
- тамақтандыру;
- коммуникациялық база;
- қосалқы база.

Барлық туристер негізгі, қосымша және қосалқы қызметтерді тұтынушылар болып табылады.

Қосымша қызметтер ауқымды спектр болып табылады және туризм инфрақұрылымы дамыған жағдайда жалпы кіріс көлемінің 50%-ын алады. Оларға мыналарды жатқызуға болады:

- негізгі қызметтер тізіміне, құрамына кірмеген қосымша экскурсиялар;
- емдік-шынықтыру қызметтері;
- медициналық қызметтер;

– мәдени-көркемдік, ойын мерекелері және т.б.

Қосалқы қызметтерге жататындар:

– кәдесыйлық өнімдерімен, туристік символикалармен қамтамасыз ету;

– саудалық, валютті-кредиттік, ақпараттық және т.б. қызметтер;

– арнайы байланыс түрлерінің қызметі, жеке сейфтердің берілуі және т.б.

Өндірістік туристік орындар:

– туристік және қонақүй жиһаздарын өндіру фабрикалары;

– туристік кәдесыйлық фабрикалары;

– туристік жабдықтарды өндіру кәсіпорындары және т.б.

– Сауда кәсіпорындары:

– туристік жабдықтарды өңдеу дүкендері;

– туристік кәдесыйлық өңдеу дүкендері;

– жалға беру орындары.

Қосымша қызмет пен қосалқы қызметтер арасында нақты шек жоқ. Жоғары разрядты отельдерде қосымша және қосалқы қызметтер саны 500.

Қазақстан Республикасында физикалық мәдениет пен спорт дамуына басты назар аударылады. Қазақстан Республикасындағы дене шынықтыру және спортты дамыту туралы мемлекеттік бағдарламаны іске асыру барысында 2007-2011 жылдары Қазақстанда дене шынықтыру және спортпен шұғылданатындар саны тұрақты түрде өсіп жатқандығы байқалады.

Дене шынықтыру және спорттың материалдық-техникалық базасы нығайып жатыр. Спорттық жабдықтар саны 1736-ға өсіп, 28666 болды. Астана, Орал, Қостанай, Шымкент, Павлодар қалаларында спорт сарайлары қатарға енді, Қарағанды, Өскемен, Астана, Атырау қалаларында қазіргі заманға сай спорттық кешендер тұрғызылған. Астана, Қарағанды, Атырау, Қостанай, Павлодар, Талдықорған, Ақтөбе, Орал қалаларындағы стадиондарға және Алматы қаласындағы «Медеу» спорттық кешені мен спорт сарайына күрделі қайта жөндеу жүргізілді.

Туризмдегі спорттық қосалқы базаға көптеген құрал-жабдықтарды жатқызуға болады:

– спорттық алаңдар;

– жасанды шыңдар, құздар;

- теннистік корттар;
- мұз айдындары;
- бассейндер;
- фитнес залдар;
- түрлі спорттық инвентарь (тренажерлер, конькилер, альпілік жабдықтар және т.б.)

2. Спорттық алаңдар мен құрал-жабдықтар. Көңіл көтеру мекемелері.

9-кесте. Демалыс, мәдени және спорттық мерекелерді ұйымдастырудағы қызмет көлемі, млн теңге

Көрсеткіштер	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Қазақстан Республикасы	40843,7	53937,7	72653,2	87620,0	104862,1	113879,2
Ақмола облысы	1075,1	1750,3	1698,2	2102,7	2651,1	3130,0
Ақтөбе облысы	745,2	1115,7	2270,7	2805,4	2880,4	3554,8
Алматы облысы	526,7	753,1	1341,9	1454,5	3836,7	2661,5
Атырау облысы	1249,8	1206,1	1430,1	1826,6	1733,1	2265,3
Батыс Қазақстан облысы	1136,1	1185,0	1671,7	1971,7	2350,5	2711,6
Жамбыл облысы	670,7	1396,5	1288,8	1298,3	1588,7	1972,2
Қарағанды облысы	1871,4	2262,1	3339,1	4444,2	5723,8	6392,3
Қостанай облысы	1112,7	1631,0	2124,0	2187,5	3090,7	3817,5
Қызылорда облысы	645,7	920,6	1139,7	1219,0	1723,2	1980,5
Маңғыстау облысы	943,8	1242,5	1277,3	2001,0	2098,8	2590,0
Оңтүстік Қазақстан облысы	1789,7	2645,4	3074,8	3721,6	4794,7	5749,7
Павлодар облысы	1078,2	1490,7	1870,5	2889,6	3730,8	4338,6
Солтүстік Қазақстан облысы	558,1	767,8	1035,2	1190,9	1403,2	1482,9
Шығыс Қазақстан облысы	1258,1	1903,6	2777,3	3420,2	4246,4	3866,5
Астана қаласы	3742,4	4395,5	12598,8	15415,9	16708,2	29429,2
Алматы қаласы	22440,0	29271,8	33715,1	39670,9	46301,8	37936,6

Ойын-сауық мекемелері мен демалыс ұйымдары

Ойын-сауық арқылы адам өзінің рухани қажеттіліктерін қанағаттандырады, тұлғалық қасиеттерін және әр түрлі әлеуметтік ортадағы өзінің ролін бағалайды.

Қонақжайлылық индустриясы ойын-сауықпен үздіксіз байланысты. Қазіргі таңда бір де бір қонақүй ойын-сауықсыз болмайды.

Ойын-сауық индустриясы көңіл көтеру жағдайларын жасауды мақсат етіп қояды, яғни ойын-сауық процесі көңіл көтеруге қажетті іс-әрекеттерге тәуелді болады.

Ойын-сауық индустриясының негізгі қызметтеріне адамның көңілін көтеру қажеттілігін қанағаттандыру болып табылатын кәсіпорындар (ұйымдар, мекемелер) жатады. Мұндай кәсіпорындарға көңіл көтеру қызметтері айқын көрінетін кәсіпорындар да жатады:

- цирктер;
- хайуанаттар бағы;
- аттракциондар;
- демалыс бақтары;
- жылжымалы қалашықтар және т.с.;
- әртүрлі көркемдік кәсіпорындар, оған қоса стационарлы және қозғалмалы театрлар;
- кинотеатрлар;
- көркем сурет шеберханасы;
- концерттік ұйымдар мен ұжымдар (оркестрлер, ансамбльдер, мюзикхолдар).

Бұлар да ойын-сауық процестерін қамтамасыз етеді.

Демалыс мекемелері

Театрлар – әдебиет пен өнер туындыларын сахналық көрініс ретінде ұйымдастыратын көрініс ұйымдары. Театрлар жанр бойынша бөлінеді: опера және балет, музыкалық комедия, драмалық (музыкалық драманы қоса), жас көрермен және қуыршақ театрлары (10-кесте).

10-кесте. Театрлар

Театрлар	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Театрлар саны	48	48	51	53	55	57
Көріністер саны	8134	9333	9524	9830	10219	10979
Жаңа қойылымдар саны	236	263	279	275	267	289
Көрермендер саны, мың адам	1482,5	1707,3	1795,0	1835,7	1826,9	1929,9

Мұражайлар – мұражай коллекциялары мен экспонаттарын ашық түрде көрсету, оларды зерттеу және сақтау үшін құрылған мәдени ұйымдар. Мұражай экспонаттары мен коллекциялары мәдени, білім беру және ғылыми функцияларды іске асыруға бағытталған, сонымен қатар материалды, рухани мәдениетті білдіретін ескерткіштерді таратуды, сақтауды, зерттеуді, есепке алуды қамтамасыз етеді.

Мұражай сандарына тұрақты жұмыс істейтін көрмелер кіреді. Олардың мақсаты ғылым мен техника жеке салаларының жетістіктерін көрсету (11-кесте).

11-кесте. Мұражайлар

Мұражайлар	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Мұражайлар саны	143	172	187	185	195	198
Келушілер саны, мың адам	3801	3516	3525	4221	4543	4595,5
Жыл соңындағы негізгі қор экспонаттарының саны, мың	2407,6	2402,8	2704,6	2623,6	2544,1	2588,5
соның ішінде:						
Жыл ішіндегі экспонаттарды	472433	473053	815936	862823	563441	567590

Концерттік ұйымдар – филармониялар, концерттік бірлестіктер, концерттік залдар және дербес музыкалық, би, хор ұжымдары. Бұл ұжымдар басқа кәсіпорындар мен ұйымдарға қарағанда дербес болады (12-кесте).

12-кесте. Концерттік ұйымдар

Концерттік ұйымдар	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Концерттік ұйымдар саны	72	62	66	61	67	73
Өткен концерттер саны	6519	6321	6906	6796	7100	7464
соның ішінде						
Филармониялық	3235	3532	3399	3817	3694	3306
Эстрадалық	3284	2789	3507	2979	3406	4158

Балаларға арналған	1651	1733	1916	1939	1482	1623
Көрермендер саны, мың адам	1642,6	1805,3	2338,5	2589,5	2746,4	2954,7
Сонымен қатар балалар	223,7	290,6	472,6	452,9	332,5	364,9
Концерттік залдың сыйымдылығы, орындар	15160	18477	22797	22276	21272	19416

Клуб үлгісіндегі мәдени мекемелер – халықтың бос уақытын ұйымдастыратын және түрлі клубтық құрамалар мен өзіндік халық шығармашылығы ұжымдарының қызметін ұйымдастыратын мәдени-ағарту мекемелер болып табылады (13-кесте).

13-кесте. Клуб үлгісіндегі мәдени мекемелер

Клуб үлгісіндегі мәдени мекемелер	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Клубтар саны	2042	2259	2409	2600	2824	3050
Өткізілген мерекелер саны, мың	156,3	166,3	188,8	203,1	222,1	238,4
Соның ішінде балалар	41,3	51,8	63,9	73,3	78,4	86,9
Дербес шаруашылық ұжымдарының саны	9465	9420	9521	10061	10936	11804
Соның ішінде:						
Хор және вокал	2017	2510	2513	2745	2923	3187
Ән мен би ансамбльдері	266	285	274	331	306	306
Фольклорлық	587	626	626	719	746	837
Отбасылық ансамбльдер	688	700	674	662	698	805
Халық аспаптарының оркестрі	667	762	768	771	832	878
Хореографиялық	2025	2212	2353	2446	2611	2810
Драмалық	958	1074	1106	1178	1296	1337
Эстрадалық	2257	1251	883	949	931	1023
Тағы басқа ұжымдар	-	-	297	260	593	621
Дербес шаруашылық ұжымдарына қатысушылар саны	121550	125234	129321	134642	146338	159852

Кітапхана – ақпараттық, мәдени, білім беру функцияларын атқаратын, баспа және қолжазба құжаттарының ұйымдастырылған қорына ие мекеме. Сонымен қатар онда графикалық, аудиовизуалдық материалдар, электронды түрдегі құжаттар бар және олар жеке және заңды тұлғаларға уақытша беріледі.

Кинотеатр – фильмдер көрсету үшін жабдықталған ғимарат. Киноқондырғы дегеніміз – кинофильмдерді көрсету үшін құрастырылған киноаппаратуралар жинағы. Киноқондырғылар стационарлы және жылжымалы болып бөлінеді. Стационарлы киноқондырғылардың аспаптары (аппаратуралары) арнайы жабдықталған бөлмеде тұрақты құрастырылған болып табылады. Ал жылжымалы киноқондырғылардың аспаптары кинофильм көрсететін уақытта ғана орнатылады (14-кесте).

14-кесте. Кинокөрсетілім ұйымдастыратын ұйымдар

Кинокөрсетілім ұйымдастыратын ұйымдар	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ұйымдар саны	82	93	120	194	149	136
Тұрақты кинотеатрлар саны	67	73	86	76	77	77
Соның ішінде:						
Жоғары деңгейлі кинотеатрлар	24	29	29	33	33	35
Жылжымалы және стационарлы киноқондырғылар саны	216	266	246	301	301	298
Өткізілген киносеанстар саны	78,0	94,6	111,0	130,7	172,3	238,5
Соның ішінде						
Үлкендерге арналған	53,2	67,1	77,0	93,5	122,4	170,8
Балаларға арналған	24,8	27,5	34,0	37,2	49,9	67,7
Киносеансқа келушілер саны, мың адам	3489,7	4100,5	4327,3	5696,1	6414,1	7023,4
Соның ішінде:						
Үлкендер	2214,6	2485,4	2779,8	3907,7	4178,2	4972,6
Балалар	1275,1	1615,1	1547,5	1788,4	2235,9	2050,8

Хайуанаттар бағы – хайуанаттар бағы туристерге арналып ашылған алаң (15-кесте).

15-кесте. Хайуанаттар бағы

Хайуанаттар бағы	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Хайуанаттар бағы	4	4	4	4	4	4
Келушілер саны, мың адам	398,1	428,8	481,6	572,8	589,1	670,5
Өткізілген экскурсиялар саны	646	730	781	1857	2344	2339
Ұйымдастырылған көрмелер саны	20	25	49	49	46	52

Саябақтар – табиғи және мәдени-рекреациялық нысан болып табылатын жасыл алаңнан тұратын кешенді, көп функционалды мәдени мекеме. Ол халық арасында мәдени, демалыс және емдік-шынықтыру жұмыстарын ұйымдастырады (16-кесте).

16-кесте. Демалыс парктері

Демалыс парктері	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Саябақтар саны	41	42	50	53	63	66
Мәдени бұқаралық шаралар	1574	1029	1987	1935	2127	2201
Демалыс нысандар	725	791	867	953	1089	1444
Соның ішінде:						
Эстрадалық театрлар мен алаңдар	21	26	30	28	30	29
Шығармашылықпен айналысатын бөлме	1	1	2	1	1	1
Би залы мен алаңдары	16	18	23	27	26	27
Спорттық объектілер	25	39	38	36	37	40
Жалға беру базалары	-	-	9	8	9	9
Көркемдік шеберханалар	-	-	14	14	14	13
Балалар қалашықтары, алаңдары	29	35	41	39	46	46
Аттракциондар	575	648	694	784	913	1266
Соның ішінде						
Ойын автоматтары, компьютерлік ойындар	183	209	219	326	427	769
Тағы басқа демалыс объектілері	58	24	16	16	13	13

Дене шынықтыру мәдениеті (жасанды суббассейндеріндегі, спорттық залдардағы, клубтардағы және т.с.с.) және де спорттық ғажайып мерекелер ойын-сауыққа жатады. Мәдени құндылықтарға жататындар да (кітапханалардағы, мұражайлардағы, көрмелердегі) ойын-сауықпен байланысты.

Дүниежүзілік тәжірибеде халыққа ойын-сауық қызметін көрсету ортасына туристерді орналастыру орындарымен қоса туризм кәсіпорындары жатады. Бірқатар кәсіпорындар, ұйымдар, мекемелер өзінің қосымша қызметі ретінде ойын-сауықпен қамтамасыз етеді. Оларға қонақүйлерден басқа демалыс аймақтары мен тарихи көрікті жерлер жатады.

Демалыс парктеріндегі жабдықтар мен инвентарлар шығаратын өндірістік салалар да ойын-сауық индустриясына кіруі қажет.

Ойын-сауық индустриясы дербес сала ретінде де және маңызды материалдық, қаржылық, еңбек қорларын тартамын экономикалық жүйенің оқшау түйіні ретінде де болады. Ойын-сауық индустриясы кәсіпорындар жүйесімен, қызмет нәтижесімен, персонал еңбегінің ұйымдастырылуымен сипатталады.

Ойын-сауық процесінің негізгі мінездемесі:

- адамның ойын-сауық түрін өз еркімен таңдауы;
- ойын-сауық түрлерінің шектелмеген тізімі;
- ойын-сауықты тұтынуға тұлғаның алдын ала дайындығы;
- ойын-сауықтың жиі ауысуы;
- ойын-сауықтың басқа істермен араласуы (мысалы, ойын-сауық және демалыс, ойын-сауық және спорт, білім алу және ойын-сауық);
- ойын-сауықты тұтыну кепілдігі (адам өмірінің цикліне дағдыланған).

Бұқаралық ойын-сауық пен дербес түрдегі ойын-сауықты мақсатты түрде айыру. Ойын-сауықтар арнайы ұйымдастырылуы немесе жаппай пайда болуы мүмкін. Ойын-сауық тізімінің қалыптасуынан бастап түрлі ойын-сауық маңызына көшу керек, кейін тұлға дамуына қосқан үлесіне байланысты жеке салаларды бағалау керек.

Қазіргі таңда дүниежүзінде жаңа сала қарқынды қолданыла бастады. Бұл – анимация, яғни демалыстың жандануы және тұлғаның шараларға нақты өзі қатысып, түрлі таңғажайып сезімдерге бөленуі. Әсіресе, тақырыптық саябақтар танымал (Диснейленд, Леголенд, Порт Аventura және т.б.). Онда жанды кейіпкерлер болады және олармен әңгімелесуге болады. Сонымен қатар шоу-мұражайлар пайда бола бастады. Онда экспонаттық тақырыптарды жанды таныстырушылар таныстырады.

Өкінішке орай, Қазақстанда бұндай ойын-сауық түрі клиенттерді жақсы тартатындығын түсінбеген. Елімізде көптеген туристер осындай ойын-сауық түрлерінің болмағанына байланысты шетелде демалуды қалайды.

Ойын-сауық индустриясы, көптеген мәселелерді шеше отырып:

- тәрбиелеу;
- жоғары, жақсы көңіл-күйді қалыптастыру;
- білім беру;
- демалу;
- адамның мәдениетін дамыту мәселелерін, жеке тұлғаны дамытады және қалыптастырады.

Ойын-сауық индустриясын зерттеудің қазіргі заманғы мәселелерінің ең негізгілері келесі түрде болады:

1. Тұлғаның қасиеттерді қалыптастыруда маңызды ойын-сауық орындарынан басқа, ойын-сауық индустриясының даму тенденциясы мен заңдылықтары зерттеуді қажет етеді. Ойын-сауық индустриясында нақты модельдердің (үлгілердің) құрылуы әлеуметтік саясат қозғалысының тиімді басқаруына үлесін тигізеді.

2. Бірқатар елдерде ойын-сауық индустриясы қысқа мерзімде салған капиталды ақтайтын пайдалы салаға айналды. Бәсекелестікке қабілетті кәсіпорындар желісі адамға нақты бір түрді және ойын-сауық амалын өз еркімен ерікті таңдауды қамтамасыз етеді. Бұндай жағдайда адам қажеттіліктеріне ойын-сауық индустриясының тұтынушылықты «жұмсақ» басқару арқылы ыңғайлануы мен ойын-сауық кешенін ұсыну арқылы адам санасын қадағалау арасындағы айырмашылықты көру маңызды.

3. Қазіргі таңдағы өмір жылдам ырғақпен, рухани стресстердің жәбірлеуімен, адамдардың қызу салмақсыздығымен сипатталады. Адамның өзінің проблемаларынан шыға алуы, шындық өмірді ұмыта алып, демалуы ойын-сауық индустриясының маңызды құндылығы болып табылады.

4. Адам жеке немесе көпшілікпен демалысын, өзіне қатыссыз өткізеді, оған бәрібір адамға ойын-сауық жеке өзіне пайдалы бола ма, жоқ па? Сонымен қатар қазіргі таңда адам ойын-сауықтың едәуір бөлігін үйде, яғни аздаған топ ішінде алады. Бұған байланысты ойын-сауық индустриясының мақсатты бағыты адамдардың бытыраңқылығын жеңу және одан пайда болған теріс, негативті зардаптардың орнын толтыруға «бағдарламаланған» болуы қажет.

5. Ойын-сауық индустриясының қызметіне деген сұраныс бос уақыттың ауқымына және оны қолдану түріне байланысты болады. Сонымен қатар халықтың табысы маңызды фактор болып табылады.

Театрлардың инфрақұрылымы

Қажетті жабдықтарымен, әртістерімен және қызмет көрсету персоналдарымен театр ғимараты таңғажайып театрлық көріністерге жалпы мүмкіншіліктерді жасайды.

Театр ғимараты екі негізгі бөліммен композициялық түрде көрсетіледі. Бұл - көрермен және көрсетушілер (демонстраторлар).

Көрермен бөлімі вестибюль, киім ілетін жер, фойе, буфет, дәретхана және шылым шегу бөлмелерінен тұрады. Бұл бөлме топтарының функционалды ерекшелігі бөлмелерінің кең көлемді болуы және көптеген көрермендерге қысқа мерзім ішінде қызмет көрсетуі болып табылады.

Көрсетушілер кешені - зал, сахна бөлмелерінен тұрады. Сахнаға шығуды күтетін бөлме, әртістердің жиналып, киіну бөлмелері, дайындық бөлмесі және қоймалар сахнаға қызмет көрсету бөлмелеріне жатады. Сонымен қатар шеберханалары болады (декорация, киімдер, костюмдер).

Театр кеңістігін ұйымдастыру жүйелері әртүрлі болады. Көрермендер сахна алаңын үш жақтан немесе сахнаны толық

қоршап орналасуы мүмкін. Дүниежүзілік тәжірибеде порталдық (тереңдеген) сахна кең қолданысқа ие. Дәстүрлі емес сахна түрлеріне дөңгеленген, үш жақта және орталық сахналар мысал бола алады.

Көрермен залының типі (сатылы, амфитеатрлы) орындықтардың орналасу аралығы көрермендер мен әртістер арасындағы қатынасқа, яғни жақсы естілу мен көрінуді қамтамасыз етуге байланысты ұйымдастырылады, сонымен қатар өрт қауіпсіздігінің талаптарына сай келуі тиіс.

Көпмақсатты залдардың инфрақұрылымы

Мәдениетті және әлеуметтік өмір қарқыны түрлі ғажайып көріністер мен қоғамдық мағыналы құрылыс ғимараттарын ұйымдастыруды талап етеді. Көпмақсатты залдарды салуда жан-жақты объектіні интенсивті пайдалануға беру арқылы территорияны үнемдеуге болады.

Залдарда қоғамдық және спорттық қызметтерге көріністер үйлесімі болады. Залдардың мынадай түрлері де болады: қоғамдық-концерттік, би-концерттік, банкетті-концерттік, көріністі-спорттық және т.с.с.

Залдың сыйымдылығы әртүрлі: 100 адамнан 10000 адамға дейін болады. Әдетте кең көлемді сыйымдылық спорттық қызметті залдарға тән.

Залдардың айналасында фойе, киім ілетін жер және келушілерге арналған кішігірім асхана топтасады. Ғимаратқа мейрамхана қосылады.

Театр ғимараттарындағы әмбебап залдармен салыстырғанда онда сахна мен көрермендер залы едәуір өзгерістерге түсе алады. Олар залдардың композициялық қабылдауымен және оған сәйкес жабдықтармен қамтамасыз етілген (қозғалмалы төбелер, қалқалар, бөлгіштер (перегородки) және т.б.).

Көпмақсатты залдардың дамуының негізгі тенденцияларына мыналар жатады: түрлі мақсаттағы залдардан тұратын көрініс орталықтарының қалыптасуы; көпмақсатты залдар мен демалыс мекемелерінің қосылуы; жоғары деңгейдегі шараларды өткізу орталықтарының әмбебап залдар базасында қалыптасуы; көпмақсатты залдардың әмбебап жоспарлы шешімдерді дамытуы.

Клубтық қызмет

Клуб өз мүшелерінің мәдени деңгейлерін жоғарылату, шығармашылық бастауларын дамыту және әлеуметтік белсенділігін дамыту мақсатымен құрылады. Клубқа келушілер бірге демалады, көңіл көтереді. Қоғамдық ой, өзіндік сана клуб бірлестігіне тән.

Клубты мамандар мен басшылар басқарады. Персонал педагогикалық білімге ие және әртүрлі өнер түрлерін біледі. Клубтық қызмет әрқашан көпфункционалды сипатқа ие. Кешенді және мамандандырылған клубтар болады.

Кешенді клубтар кең ауқымды қызығушылыққа ие адамдардың бір-бірімен араласуын ұйымдастыруға арналған. Мұндай клубтардың қызметіне шығармашылықты дамыту, мәдени демалыспен қамтамасыз ету жатады және олар әртүрлі келушілердің қызығушылықтарын ескерулері керек.

Мамандандырылған клубтар кішігірім қызығушылыққа ие келушілерге арналған. Бұл адамдар бір әлеуметтік топтан, бір мамандықтан, жастары шамалас және т.б. болуы мүмкін. Мамандандырылған сипатқа ие. Кейбір жағдайда клубтық қызмет халыққа тұрмыстық қызмет көрсетуді ұйымдастырумен айналысуы мүмкін (совмещение).

Клуб ғимараттары түрлі демалысты ұйымдастыруға арналған болуы керек. Клубтың кәдімгі, қарапайым, әдеттегі құрамына: көрермендер кешені, демонстрациялық және клубтық кешендер, техникалық және әкімшілік-шаруашылық бөлмелері кіреді (17, 18, 19-кесте).

17-кесте. Мәдени ұйымдар құрамы

жылдар	Театрлар		Кітапханалар		Мұражайлар		Зоопарктер	
	барлығы	көрермендер саны, мың ад.	барлығы	тіркелген оқырмандар саны, мың	барлығы	келушілер саны, мың	барлығы	келушілер саны, мың
1995	45	2008,6	7352	5795,0	87	2500,0	3	340,0
1996	43	1757,8	6099	5202,5	88	1880,0	3	413,0
1997	43	1396,4	3260	3692,5	88	1689,0	3	321,2
1998	40	1379,8	3033	3394,4	88	1720,0	3	364,4

1999	43	1577,4	2533	2630,8	88	1866,0	3	211,8
2000	49	1376,5	3558	3357,3	147	3181,6	3	279,0
2001	44	1321,1	3220	3988,5	103	3261,0	4	235,3
2002	47	1564,6	3312	3778,9	121	3965,5	4	280,9
2003	48	1482,5	3462	3860,5	143	3800,9	4	398,1
2004	48	1707,3	3539	3953,1	172	3515,5	4	428,8
2005	51	1795,0	3664	4037,7	187	3525,4	4	481,6
2006	63	1835,7	3848	4153,8	185	4220,8	4	572,8
2007	55	1826,9	3935	4239,3	195	4543,0	4	589,1
2008	57	1929,9	4071	4366,0	198	1595,5	4	670,5

18-кесте. Мәдени ұйымдар құрамы

жыл-дар	Клубтық типтегі мәдени ұйымдар				Кинокөрсетілім ұйымдастыратын ұйым			
	бар-лығы	өткізілген шаралар саны, мың адам	дербес шаруашылықты ұжымдар саны	дербес шаруашылыққа қатысатын адамдар саны	барлығы	тұрақты кино-театрлар	жылжымалы және стационарлы киноқондырғылар саны	киносеансқа барған адамдар саны
1995	5342	123,3	10704	129543	394	163	2050	6800,0
1996	3109	97,9	9879	113118	275	149	1453	2100,0
1997	1835	70,6	7195	94067	250	112	1360	1000,0
1998	1734	66,6	6244	83977	210	89	879	500,0
1999	1519	62,7	5761	78034	78	68	477	900,0
2000	1703	81,2	6768	84667	73	47	549	805,2
2001	403	86,6	6737	90611	57	37	306	815,9
2002	1891	121,8	7838	104534	68	68	146	2855,4
2003	2042	156,3	9465	121550	82	67	216	3489,7
2004	2259	166,3	9420	125234	93	73	266	4100,5
2005	2409	188,8	9521	129321	120	86	246	4327,3
2006	2600	203,1	10061	134642	194	76	301	5696,1
2007	2824	222,1	10936	146338	149	77	301	6414,1
2008	3050	238,4	11804	159852	136	77	298	7023,4

19-кесте. Мәдени ұйымдар құрамы

жылдар	Концерттік ұйымдар			Демалыс парктері	
	барлығы	өткізілген концерттер саны	көрермендер саны, мың адам	барлығы	мәдени- бұқаралық шаралар
1995	-	-	-	-	-
1996	-	-	-	-	-
1997	-	-	-	-	-
1998	-	-	-	-	-
1999	-	-	-	-	-
2000	-	-	-	-	-
2001	-	-	-	36	1009
2002	90	5204	2318,5	48	2506
2003	72	6519	1642,6	41	1574
2004	62	6321	1805,3	42	1029
2005	66	6906	2338,5	50	1987
2006	61	6796	2589,5	53	1935
2007	67	7100	2746,4	63	2127
2008	73	7464	2954,7	66	2201

Туристердің қауіпсіздігі деп туристердің жеке қауіпсіздігі, олардың мүлкінің сақталуы және саяхат кезінде қоршаған ортаға залал келтірмеуі, сондай-ақ туризмді заңсыз көші-қон мен үшінші елдерге транзит, азаматтарды сексуалдық, еңбек және өзге де мақсаттарда пайдалануға жол бермеуге бағытталған шаралар кешенін айтады. Өзі уақытша болатын елге (жерге) саяхат жасағысы келетін туристер халықаралық медицина талаптарына сәйкес профилактикадан өтуге міндетті. Қазақстан Республикасының аумағында қасіретке душар болған туристерге қажетті көмекті Қазақстан Республикасының Үкіметі белгілеген мамандандырылған қызметтер жүзеге асырады (2,6,7-тармақ, 26-бап).

Туризмдегі сақтандыру

Туристік қызметті жүзеге асыру кезіндегі сақтандыру (ҚР туристік қызмет туралы заңына сәйкес):

1. Халықаралық шарттарда, уақытша болатын елдің (жердің) заңдарында көзделген реттерде, туроператор немесе турагент, турист өмірі мен денсаулығын сақтандыру туралы куәлікті табыс

еткен жағдайда шетелге шығу көзделетін туристік жолдаманы сатады.

2. Сақтандыру шартында туристке медициналық көмек көрсету ақысы және сақтандыру жағдайы тікелей уақытша болатын елде (жерде) туындаған кезде олардың шығынының орнын толтыру көзделуге тиіс.

3. Қазақстан Республикасының Үкіметі Қазақстан Республикасының аумағына келетін туристерге өмірі мен денсаулығын сақтандыру туралы куәлігі болуы жөнінде талап белгілеуге құқылы.

4. Туроператор мен турагент туристік қызмет көрсетуге жасалған шарттардан туындайтын азаматтық-құқықтық жауапкершілікті сақтандыруға міндетті.

Ережелер бойынша көптеген мемлекеттерде егер туристе медициналық сақтандыру болмаса, онда туристік визалар берілмейді. Бірақ кейбір елдер бұны талап етпейді, себебі, ең алдымен олар туристерді әр жерде және кез келген уақытта кепілденген жоғары деңгейлі медициналық көмекпен қамтамасыз ете алмайды.

Егер туристе баратын мемлекеттің талап ететін медициналық сақтау полисі болмаса, онда медициналық көмекке кеткен барлық шығындарды турист өзі төлейтінін есте сақтаған жөн. Егер туристің мүлкі ұрлықтан, тонаудан және қызмет көрсету персоналының үстіртін қарауынан сақталса, онда туристік саяхат кезінде туристің проблемалары әлдеқайда азаяды. Мұндай сақтандыру полисі өз күшін әуежайда мүлікті қабылдағаннан бастап, шетелде болатын барлық уақытта жоймайды. Сақтандыру жарнасының көлемі сақтандыру сомасына, жасына, мамандыққа, шығатын мемлекетке және тағы басқа факторларға, яғни тәуекел деңгейіне байланысты ұйымдастырылады.

Туристің заттарын сақтандыруына сонымен қатар, оның құжаттарының жоғалуын, жүгінің жоғалуын, «сыртқа шығарылмаудан» т.б. сақтандыру жатады. Медициналық шығындарды сақтандыру, ереже бойынша, ауруханаға орналасуға кеткен шығындарды, амбулаториялық және стационарлық емделуді, дәрілерді сатып алуды, диагностикалық зерттеуді, сонымен қатар, турист қаза болған жағдайда – денесін еліне қайтару немесе шетелде жерлеуді қамтиды.

Одан да басқа, келесідей сақтандыру түрлері қолданылады:

- турфирманың қаржылық тәуекелін сақтандыру, оған мүлікті, көлікті, туристің арызы бойынша оларға жауапкершілікті, олардың туыстарын, әсіресе туристің қаза болған жағдайында оның денесін отанына қайтару да жатады;

- туристі шетелдік саяхатқа шыққанда құжаттарын жоғалтып алудан, тобынан қалып қоюдан т.б. жағдайлардан сақтандыру;

- таушаңғысы курорттарына барған туристі сақтандыру (мысалы, Альпі таулары) – қардың жоқ болуынан, қардың түспеуінен сақтандыру, сонымен қоса егер турист басқа альпілік курортқа орын ауыстырса да, оған компенсация төленеді. Мысалы, 1998-1999 жж. мезгілінде тура қарама-қарсы мәселелер (қардың болмауы), бұған дейін сақтандыру келісімшартында көрсетілмеген, орын алды (20-кесте). Сақтандыру қызметінің маманы өзінің қызметін қонақжайлылық индустриясына сәйкес келетін кез келген кәсіпорынға, яғни қонақүй шаруашылығына, мейрамхана бизнесіне, мәдениетте, шоу-бизнесіне, тұрмыстық қызмет пен басқа салаларда, әлеуметтік-мәдени қызметтерде қолданады.

20-кесте. Ауырғандардың мезгілге орташа саны, орташа төлем сомасы

Ауру түрлері	Ауырғандардың мезгілге орташа саны	Орташа төлем сомасы, АҚШ доллары
суық тию	73	84,8
жарақат алу	34	272,2
асқазан-ішек аурулары	19	794,0
тіс аурулары	19	96,5
тыныс жолы аурулары	13	219,8
жүрек-қан тамырлары аурулары	10	391,3
аллергиялық, бөртпелік аурулар	5	99,0
жұқпалы аурулар	3	88,6

Шекарадан асатын турист міндетті түрде кедендік тексеруден өтуі керек. Кей мемлекеттерде бұл білінбейтін процесс болып, туристің көз алдына «кеден» деген сөзден басқа артық ештеңе көрінбеуі мүмкін, ал кейде бұл ойлағаннан да көп уақытты алуы мүмкін. Туристердің шекара арқылы тауарларын немесе өзіне

керекті заттарды алып өтуінен туындайтын сұрақтар реті әртүрлі. Бұл елдің әлеуметтік және экономикалық жағдайына байланысты болады.

Көп елдерде туристің кіргізілетін және шекарадан шығарылатын жеке қолдануға арналған заттары кедендік төлемдер мен салықтардан босатылады деген ереже бар. Бірақ турист осы заттарды жеке өзі пайдалануға алғанын дәлелдеуі керек. Ал жеке басының заттарын шекарадан өткізу кезінде оның санының «ұғымды саны» деген ұғым бар.

Экономикалық Достастықтың Халықаралық Ұйымы (ЭДХҰ) Киото Конвенциясының F320 қаулысына сәйкес жеке пайдалануға арналған заттарға мыналарды жатқызылады:

- жекеменшік зергерлік бұйымдар;
- фото және кинокамера, санаулы фото және киношленка санымен және соған керекті құралдармен бірге;
- тасымалданатын слайд немесе киножобалар, соған арналған керекті құралдар (санаулы санымен);
- дүрбілер;
- ықшамды музыкалық аспаптар;
- тасымалданатын күйтабақ ойнатушылар;
- тасымалданатын магнитофон, қабылдағыштар, теледидарлар;
- тасымалданатын жазу машиналары;
- балалар мен мүгедектер коляскасы;
- әртүрлі спорттық құралдар;
- ықшамды бейнекамера және бейнемагнитофон;
- ықшамды компьютер, мобильді телефон;
- тұрмыстық қызмет көрсету кәсіпорындары мен тұрмыстық коммуникация кәсіпорындары.

3. Тұрмыстық қызмет көрсететін кәсіпорындар, бос уақытты ұйымдастыру

Егер де ертеректе тұрмыстық қызметтерді барлық тұрғындар пайдаланса, қазіргі жағдай өзгерген. Тек 5-10% тұрғындар ғана өздеріне керек қызметтерді толығымен ала алады, ал елдің көпшілігі киімдерін тазартуға, аяқ киімдерін жөндеуге, теледи-

дар, кір жуатын машина т.с.с жөндетуге тұрмыстық қызметтердің қол жетімді бағасының болмауынан қолдана алмайды (21-кесте).

21-кесте. Кәріз қызметтері, қалдықтарды жою, санитарлық қайта жөндеуден өткізу т.б. сәйкес қызметтер көлемі, млн теңге

Көрсеткіштер	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Қазақстан Республикасы	4 495,2	6 197,5	8 490,2	11 455,7	19 453,8	34 793,4
Ақмола облысы	107,0	188,4	174,9	399,6	523,2	1 098,8
Ақтөбе облысы	184,4	465,0	1 152,1	1 508,0	1 973,0	4 006,9
Алматы облысы	285,5	230,8	210,8	402,8	753,9	968,0
Атырау облысы	230,2	279,6	370,7	509,8	1 200,8	2 051,6
Батыс Қазақстан облысы	335,2	496,4	434,3	873,5	883,0	1 472,1
Жамбыл облысы	107,3	147,8	270,5	250,7	161,2	324,5
Қарағанды облысы	351,5	382,4	452,4	427,7	1 328,0	2 481,0
Қостанай облысы	341,8	439,4	467,4	541,0	933,6	2 024,7
Қызылорда облысы	48,4	68,7	143,3	197,3	425,2	2 076,2
Маңғыстау облысы	215,1	131,3	204,9	356,5	1 508,8	4 100,7
Оңтүстік Қазақстан облысы	266,4	385,7	400,8	557,8	1 934,3	1 692,5
Павлодар облысы	108,6	105,2	261,4	382,1	662,3	1 496,2
Солтүстік Қазақстан облысы	298,4	243,7	303,6	364,5	485,9	810,5

Шығыс Қазақстан облысы	481,3	477,5	464,6	691,1	880,4	2 190,7
Астана қаласы	230,7	328,8	537,1	1 345,5	1 269,1	1 697,9
Алматы қаласы	903,4	1 826,6	2 641,4	2 647,8	4 531,1	6 301,1

Қазіргі уақытта тұрмыстық қызметтерге бағаның монопольды – жоғары құны қалыптасты, оған себеп, тұрмыстық қызметтерді көрсетудегі бәсекелестіктің болмауы, сонымен бірге мұндай қызметтердің көптеп ұсынылмауы.

Ұста бір тәулік бойы ақшасы бар қалталы клиенттің келуін күтіп отырады, алайда ол мүмкіншілікті бағаға осы уақытта 15 – 20 клиентке қызмет көрсетіп осы соманы алуына болар еді. Сонымен, нақты бағаның болмауынан қызмет көрсетуші персоналдың да психологиясы өзгерген. Тек бірнеше облыс орталықтарында әкімшілік тұрмыстық қызмет көрсету желісін сақтап және оған бақылау жүргізіліп отыр.

Тұрмыстық қызмет спекторы әртүрлі және шексіз. Бұған күнделікті қолданыстағы қызметтерді де, туризм индустриясындағы қызметтерді де жатқызуға болады. Мысалы: автокөлікті жалға алу.

22-кесте. Автомобильдерді жалға беру қызметінің көлемі

Көрсеткіштер	жылдар					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Қазақстан Республикасы	2 534,4	7 661,7	34 017,6	47 384,0	77 781,7	76 690,8
Ақмола облысы	-	3 563,7	66,1	172,6	3 013,0	255,5
Ақтөбе облысы	235,4	275,0	536,7	1 365,1	950,1	1 205,4
Алматы облысы	3,2	86,3	506,6	519,3	494,9	317,9
Атырау облысы	192,6	790,2	9 482,0	9 220,5	9 711,2	4 544,5
Батыс Қазақстан облысы	975,4	536,0	725,8	609,1	1 181,7	1 238,9
Жамбыл облысы	33,5	60,7	132,0	173,1	186,3	348,0
Қарағанды облысы	45,6	50,9	471,8	488,8	1 113,0	2 879,2
Қостанай облысы	22,1	28,2	255,0	697,8	623,1	269,6
Қызылорда облысы	334,5	558,8	607,4	1 401,1	1 563,1	1 596,8

22-кесте жалғасы

Маңғыстау облысы	62,9	54,2	757,6	3 565,6	23 865,0	23 156,8
Оңтүстік Қазақстан облысы	23,1	19,0	531,6	273,6	702,0	557,6
Павлодар облысы	4,6	4,5	177,2	315,5	460,7	759,6
Солтүстік Қазақстан облысы	12,2	4,9	438,6	180,8	376,4	309,8
Шығыс Қазақстан облысы	94,1	106,8	1 120,5	1 888,1	3 028,3	3 617,0
Астана қаласы	317,2	554,9	6 557,4	9 390,5	10 233,8	11 784,6
Алматы қаласы	178,0	967,6	11 651,5	17 122,5	20 297,1	23 795,5

Басқарушысыз машина және құрал-жабдықтарды жалға беру, жеке қолданыстағы затты, тұрмыстық тауарды жалдау қызметінің көлемі, млн. тенге. Туризмнің тұрмыстық қызметтермен қатынасы өте қолайлы нәтиже береді, бірінші жағынан, тұрмыстық сфера қосалқы қызметтер арқасында тек қана өз қызмет сферасын кеңейтіп отырады, екінші жағынан, тұрмыстық қызметтер жеке болмайды, себебі, бұл жеке сала, оның өзінің белгілі білімді талап ететін ерекшеліктері бар.

Тұрмыстық қызмет көрсетуде шамамен 3000 технологиялық процесс пен 1500 машина және құрылғылар түрлері пайдаланылады. Шамамен 80% құрылғыларын бұзылуының ақыры тұтынушыға қауіпті және өте қауіпті болады. Химиялық тазартуда қолданылатын компоненттердің 236-сы улы болады; шаштараз қызметі санитарлы-эпидемиологиялық жағынан қауіпті; 40% етікшілер саңырауқұлақ ауруымен ауырады және осы ауруды тасымалдаушылар болып табылады; тұрмыстық техниканы жөндеуде электр тогымен абайлап жұмыс істеу керек; ал теледидар істен шығып, жарамай қалған кезде өздігінен жанып кетуге жоспарланған; үй жануарларының (әсіресе, қаңғыбас иттердің) терілерін өңдеу кезінде қателіктер кетсе, адам өміріне ең қауіпті бактерияларды жұқтыруы мүмкін; ауылшаруашылық өнімдерді дұрыс өндеуден өткізбегенде, сальмонеллез ауруын тудыруы мүмкін және т.б. Және бұл - тұтынушылар тұрмыстық қызметті тұтынуда оның технологиясын сақтамағанда туындайтын қауіптердің аз ғана тізімі.

Қорытынды:

9-тақырып бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Қазіргі уақытта қызмет көрсетуді жоғары деңгейде қамтамасыз ету – қонақжайлылық индустриясының барлық саласының өзекті мәселесі. Бірақ туризмде бұл мәселе одан да тереңдей түседі, мұнда қызмет көрсету туристік кәсіпорынды ғана емес, мейлі ол турагенттік болсын, туроператор болсын немесе басқа да өндіруші немесе туристік қызмет сатушысы болсын, сонымен бірге көптеген қосалқы кәсіпорындарға да әсер етеді. Қосалқы база өзіне туристер қызметін қолданатын шексіз орындарды қосады. Өзіміз білетіндей, туризм өзі дамуымен қатар көптеген экономика салаларын да дамыта түседі. Ал бұл қызмет көрсетулерінің дамуы белсенді түрде ХХІ ғасырдың маңызды теоремасына – адамдардың сапалы өмір сүруіне әсерін тигізеді.

Ең көп көңілді сервисте бәрі өте маңызды екеніне ерекше көңіл аудару керек. Акира Морита, SONY компаниясының негізін қалаушы айтқан: «Қызмет көрсетуде ұсақ-түйек деген жоқ. Адамдарды зерттеп, олардың нені қалайтынын жасаңыз». Егер де қызмет көрсетуші кәсіпорынның жұмыс тәртібіне келер болсақ, мұнда біраз жұмыс жасау керек.

Тәулік бойы қонақүйлер, сауда кәсіпорындары, қоғамдық тамақтану орындары, тұрмыстық қызмет кәсіпорындары – тек қана демалыс және мейрам күндері жұмыс атқарады. Ал көбірек тиімді жұмыс істеу тәртібі сервистік кәсіпорындар үшін бүгінгі таңда, үнемі болуы тиіс.

Әсіресе бүгінгі таңда сапалы қызмет көрсету мәселесі маңызды болуда. Тұрғындарға және қонақтарға көрсетілетін ең қарапайым, күнделікті қызмет түрінің өзі қонақтардың бастапқы ойынан, күткенінен асып түсуі керек және сонымен қатар «қайталанбас қызмет» болуы, бәсекелестікке қабілетті болуы тиіс.

Бұған сұраныстағы мамандыққа жақсы даярланған мамандар алу арқылы жетуге болады. Өйткені, қызмет көрсететін кәсіпорын үшін персонал – бұл негіз, яғни сәттілік мамандандырылған қызметкерлерге тікелей байланысты.

Әдістемелік нұсқаулар:

Дәріс материалын түсіну үшін негізінен көңілді ойын-сауық индустриясына, тұрмыстық қызметтерге, рекреациялық ресурстарды қолдануға қолайлық туғызатын құралдар мен құрылғыларға байланысты ұйымдарға көңіл бөлген жөн. Тақырып бойынша жұмыс жасауда назарды негізгі ұғымдарға аударыңыз, олардың мағынасын, мәнін түсінуге тырысыңыз.

Пайданылған әдебиеттер:

1. 2007-2011 жж. арналған ҚР Туризмді дамытуға бағытталған бағдарлама

2. «Астана ресторандары» журналы
3. «Astana Hotels» жанамалық-ақпараттық жоба
4. ҚР статистика агенттігінің ресми сайты www.star.kz
5. ҚР Туризм және Спорт Министрлігінің ресми сайты www.gov.mts.kz.

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өзіндік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

Репродуктивті деңгей:

1. Демалу (бос уақытты өткізуге арналған) орындардың мәнін ашу.
2. Қазіргі таңдағы ойын-сауық индустриясын басқарудағы негізгі тапсырмалар (мәселелер) қандай?
3. Қандай кәсіпорындар тұрмыстық қызмет көрсету саласына жатады?
4. Туризмдегі сақтандыру рөлін анықтаңыз.

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

1. Ойын-сауық орындарына келу динамикасын талдау, қорытынды жасау.
2. ҚР қосалқы база нарығының дамуына мінездеме беріңіз.
3. Қосалқы база классификациясына, ҚР бойынша мысалдар келтіріңіз.

Шығармашылық деңгей:

1. «Туризм индустриясындағы қосалқы база рөлі» тақырыбына реферат жазыңыз.
2. Астана қаласындағы тұрмыстық қызмет сферасы бойынша соңғы мәліметтерге талдау жасаңыз.
3. Салыстырмалы талдау жасаңыз: «Қайсысы көп сұраныста – мәдениет орындары (кітапхана, мұражай, т.б.) немесе клубтық типтегі кәсіпорындар ма?».
4. Өз қалаңыздағы демалыс орындарына келушілер санын қадағалаңыз.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Шектес база

Мақсаты: Туризм индустриясындағы шектес базаның, рекреациялық ресурстарды пайдалануда қолайлылық тудыратын құралдар мен құрылғылардың, ойын-сауық саласы, тұрмыстық қызметтер, туристі сақтандыру кәсіпорындарының мазмұнын ашу.

Жоспар:

1. Шектес базаның жалпы мінездемесі.
2. Ойын-сауық мекемелері және демалыс ұйымдары.
3. Туризмдегі формалдылық және қауіпсіздік.
4. Тұрмыстық байланыс пен тұрмыстық қызмет көрсету кәсіпорындары.

Әдістемелік нұсқаулар:

Тәжірибе материалын түсіну үшін негізгі көңілді ойын-сауық индустриясына, тұрмыстық қызметтерге, рекреациялық қорларды қолдануға

қолайлық туғызатын құралдар мен құрылғыларға байланысты ұйымдарға көбірек көңіл бөлген жөн. Тақырып бойынша жұмыс жасауда назарды негізгі ұғымдарға бөліңіз, олардың мағынасын, мәнін түсінуге тырысыңыз.

Тест сұрақтарына жауап беріңіз.

1. Ойын-сауық процесінің негізгі мінездемесіне не жатады?

- a) адамның ойын-сауық түрін өз еркімен таңдауы
- b) ойын-сауық түрінің шектелмеген түрі
- c) ойын-сауықтың басқа да салалармен қосарлануы
- d) а,в,с жауаптары дұрыс**
- e) дұрыс жауабы жоқ

2. Сауықтыру орталығының негізгі формалдылық факторын атаңыз.

- a) мемлекеттік экономикалық тұрақтылық
- b) тұрғындардың жоғары табысы**
- c) жұмыссыздықтың жоғарылығы
- d) ұлтаралық қарым-қатынастар
- e) туризм саласына деген инвестиция

3. 2011 ж. 7-ші Қысқы Азия Ойындары қай жерде өтеді?

- a) Алматы мен Атырау
- b) Пекин мен Гуан Жоу
- c) Астана мен Алматы**
- d) Бишкек пен Кабул
- e) Ташкент пен Душанбе

4. Ойын-сауық индустриясы қандай міндеттерді орындайды?

- a) Жақсы көңіл-күйді қалыптастыру
- b) Білім
- c) Адамның мәдениетін дамыту
- d) Демалу
- e) Барлық аталғандар**

5. Ойын-сауық индустриясына қандай кәсіпорындар жатады?

- a) цирк**
- b) банк
- c) университет
- d) туризм және спорт министрлігі
- e) барлық аталғандар

6. Қосалқы қызметтерге нелер жатады?

- a) туристік естелікпен, кәдесый қамтамасыз ету
- b) саудалық, валюталық-несиелік, ақпараттық, т.б. қызмет түрлері
- c) арнайы байланыс түрлерінің қызметтері
- d) жеке меншік сейфтердің берілуі
- e) барлығы**

7. 1919 ж. құрылған барлық авиатасымалдарды жүзеге асыратын бүкіләлемдік ұйым.

- a) БТҰ
- b) НАТО
- c) БҰҰ
- d) IATA**
- e) ЕС

8. IATA жер шарының территориясын неше ауданға немесе конференцияға бөледі?

- a) 2
- b) 3**
- c) 4
- d) 5
- e) 6

9. «Мәдениеттің» екі анықтамасы мына қалада өткен конференцияда анықталған

- a) Лас – Вегас (1981)
- b) Мехико (1999)
- c) Мехико (1981)**
- d) Лас – Вегас (1999)
- e) Нью Йорк (1981)

10. Конференция ұйымы өзіне нені қосады?

- a) Жайлы конференц-залды жалға алуды
- b) Қонақүй нөмірлерін брондауды
- c) Ойластырылған сервис: банкеттер, кафе-брейк, бос уақытты жоспарлауды
- d) Барлық жауаптар дұрыс**
- e) Дұрыс жауаптары: а және с

11. Бос уақыт саясатының мәні қандай?

- a) Тұрғындардың немесе жеке топтардың бос уақыттарын ұйымдастыруды жақсартумен айналысатын басқарма мен уәкілетті орындардың жасайтын шараларынан тұрады.**
- b) Тұрғындардың өмір сүруін жақсартуға арналған қарым-қатынастан тұрады
- c) Қаржылық қорларды құру сала басқаратындардың шешімінен тұрады
- d) Туризмнің дамуы әртүрлі факторларға байланысты болады
- e) Барлық жауаптар дұрыс

12. Тұрмыстық қызмет көрсету кәсіпорындарына қайсысы жатпайды?

- a) Химиялық тазарту
- b) Кір жуу орындары
- c) Қонақүйлер**
- d) Қоғамдық дәретханалар
- e) Моншалар

13. Қосалқы базаға не жатпайды?

- a) Спорттық инвентарь мен алаңдар
- b) Турфирмалар**
- c) Ойын-сауық орындары
- d) Тұрмыстық қызмет кәсіпорындары
- e) Бос уақытты өткізу ұйымдары

14. Астанада қанша отель мен қонақүй бар?

- a) 115
- b) 110
- c) 131**
- d) 121
- e) 111

15. Астанада неше түнгі клуб бар?

- a) 25
- b) 20**
- c) 15
- d) 10
- e) 5

16. Астаналық барлардың санын көрсетіңіз.

- a) 18
- b) 16
- c) 14**
- d) 12
- e) 10

17. Астана қаласында тек қана дәмханаға арналған орындарды – кафе-нялар санын көрсетіңіз?

- a) 5
- b) 6**
- c) 7
- d) 8
- e) 9

18. Астанада ресми түрде неше такси және жүктасушы бар?

- a) 10

- b) 11
- c) 12
- d) 13**
- e) 14

19. Қашан және қай жерде 6-шы Орта Азиялық Халықаралық «Барлығы отельдер, мейрамханалар, супермаркеттер үшін» атты жәрмеңке болады?

- a) 22-24 сәуір 2009 ж. Алматыда
- b) 22-24 сәуір 2010 ж. Алматыда**
- c) 22-24 сәуір 2011 ж. Алматыда
- d) 22-24 сәуір 2010 ж. Астанада
- e) 22-24 сәуір 2011 ж. Астанада.

20. Қашан және қай жерде Қазақстанның 10-шы Мерейтойлық Халықаралық «Туризм және саяхат» атты жәрмеңкесі болады?

- a) 2-24 сәуір 2009 ж. Алматыда
- b) 22-24 сәуір 2010 ж. Алматыда
- c) 22-24 сәуір 2011 ж. Алматыда**
- d) 22-24 сәуір 2010 ж. Астанада
- e) 22-24 сәуір 2011 ж. Астанада.

21. Көлік қызметімен айналысатын фирмалар.

- a) Теңіз және өзен көліктері кәсіпорындары**
- b) Экскурсиялық бюролар
- c) Турисік агенттіктер
- d) Қызығушылықтар бойынша клубтар
- e) Демалыс үйлері

22. Туризмдегі бос уақыт саласының кәсіпорындары

- a) Туристік кәдесыйлар фабрикалары
- b) Жалға беру пункттері
- c) Киноконцерттік залдар**
- d) Жарнама агенттіктері
- e) Авто кәсіпорындары

23. Сауда кәсіпорындары:

- a) Туристік кәдесыйларды сататын дүкендер**
- b) Экскурсиялық бюро
- c) Туристік агенттік
- d) Қызығушылық бойынша клубтар
- e) Демалыс үйлері

24. Транспорттық қызметпен айналысатын фирмаларға жатпайыны:

- a) Авто кәсіпорындар
- b) Әуе көлігі кәсіпорындары

- c) Теміржол тораптары
- d) Теңіз және өзен көліктері кәсіпорындары
- e) **Жолдама алу бюросы**

25. Су туризмі саяхаты жүзеге асады:

- a) **Яхталарда, шағын желкенді кеме, қайықтарда, т.б.**
- b) Автобустарда, машиналарда
- c) Теміржол көлігінде
- d) Әуе көлігінде
- e) Жаяу жүріс арқылы

26. 1999 ж. қазан айында Сантьяго (Чили) қаласында болған БТҰ Бас ассамблеясында қабылданды:

- a) Туарды тасу туралы заң
- b) **Туристің жалпы этикалық кодексі**
- c) Лаңкестікке қарсы шаралар туралы заң
- d) Туризм хартиясы
- e) Турист кодексі

27. Туристің жалпы этикалық кодексі қайда қабылданды?

- a) БТҰ-ның 9-шы Бас ассамблеясында (Буенос-Айрес, 1991 ж.)
- b) Гаагадағы парламентаралық конференцияда (Нидерланды, 1989 ж.)
- c) **БТҰ Бас ассамблеясында (1999 ж, Сантьяго (Чили))**
- d) БТҰ Бас ассамблеясында (София, 1986 ж.)
- e) Қауіпсіздік жайындағы 1-ші Халықаралық конференцияда (1995 ж.)

28. Сақтандыру дегеніміз не?

a) **Бұл жеке және заңды тұлғалардың мүлдіктік қызығушылықтарына қатысты белгілі күтпеген жағдайлар туындағанда қолданылатын қарым-қатынас жүйесі**

b) Бұл жеке және заңды тұлғаларда қаржылық дағдарыс туындағанда қолданылатын қарым-қатынас жүйесі

- c) Бұл басқа біреудің мүлкіне жауапкершілік алу жүйесі
- d) Бұл басқа жеке және заңды тұлғалардан қорғану жүйесі
- e) Бұл белгілі жағымсыз жағдайларды тарту жүйесі

29. Сақтандыруда қатысушыларға байланысты қанша тарапты белгілейді?

- a) 1
- b) 2
- c) **3**
- d) 4
- e) 5

30. Сақтандыруда сақтандырушы 3 тараптың бірі болып қайсысы табылады?

- a) Туроператор
- b) Турагенттер
- c) Турист
- d) Сақтандыру компаниясы**
- e) ОТЕЛЬДЕР

31. Сақтандыруда сақтандырушы 3 тараптың бірі болып қайсысы табылады?

- a) Туроператорлар мен турагенттер**
- b) Турагенттер мен туристер
- c) Туристер мен туроператорлар
- d) Сақтандыру компаниялары
- e) ОТЕЛЬДЕР мен туристер

32. Сақтандыру туристің денсаулығына немесе мүлкіне тиген зиянды компаниялары ненің есебінен төлейді?

- a) Зиян тигізушінің төлемі есебінен
- b) Қонақүйлер мен отельдер төлемінің есебінен
- c) Туристің төлейтін сақтандыру жарнасының есебінен**
- d) Банк төлемінің есебінен
- e) Туристік жолдама сомасының төлемі есебінен

33. Сақтандырылған туристің денсаулығына немесе мүлкіне зиян тиген жағдай?

- a) Ақтанған жағдай**
- b) Қаржылық дағдарыс
- c) Халықаралық шиеленіс
- d) Террорлық
- e) Ұлтаралық дискриминация

34. Туристің өмірі мен денсаулығын сақтау қандай сақтандыру түріне жатады?

- a) Азаматтық жауапкершілікті сақтандыру
- b) Табиғи катаклизмнен сақтандыру
- c) Тәуекелді сақтандыру
- d) Мүліктік сақтандыру
- e) Медициналық сақтандыру**

35. Мүліктік сақтандыруға не жатады?

- a) Өмірі мен денсаулығын сақтандыру
- b) Жүк пен автокөлікті сақтандыру**
- c) Турист жауапкершілігін сақтандыру

- d) Турфирманың қаржылық тәуекелін сақтандыру
- e) Транспорт иелерінің жауапкершілігін сақтандыру

36. Туризмдегі сақтандыру ерекшеліктеріне нелер жатады?

- a) Тәуекелділік
- b) Саяхаттың қысқа уақытта болуы
- c) Сақтандыру қызметінің берілуінің анықсыздығы
- d) Ауыр оқиғалардың болу ықтималдылығы
- e) **Барлық аталғандар дұрыс**

10-тақырып. Туристік саланың өндірістік нысандары

Мақсаты: Туристік индустриядағы өндірістік нысандармен таныстыру, олардың туризмдегі рөлі мен алатын орны.

Жоспар:

1. Туристік және спорттық құрал-жабдықты, құрал-сайманды және кәдесый өнімдерді өндіру.
2. Мәліметтік қызмет көрсету.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: туристік және спорттық құрал-жабдықты туристік жабдықтау, гид, экскурсовод, туристік индустрия, туристік қызмет.

1. Туристік және спорттық құрал-жабдықты, құрал-сайманды және сувенир өнімдерін өндіру

Туристік саладағы өндірістік нысандарға төмендегілерді жатқызуға болады: туристік құрал-жабдық, спорттық жабдықтар, сувенирлер, ақпараттық-қызмет көрсету. Қазіргі таңда туризмнің танымалдылығы артуда, оған дәлел, күнделікті қала шуы мен қозғалысынан шаршаған мыңдаған адамдар кеңселік киімдерін – костюм, пиджак, галстуктарын туристік киімдерге ауыстырып қалалардан демалуға, көңіл көтеруге аттанады.

Демалыс сіздің көңіліңізге жақсы әсер қалдыру үшін, туристік саяхатта керек болатын көптеген заттармен жабдыктану керек. Ол үшін қала дүкендерін аралап қажеті жоқ. Өйткені туризм жанкүйерлеріне арналған интернет-дүкендері әрқашан қызмет етеді, олар өте үлкен туристік өнімнің түрлерін ұсынады.

Гид (гид-аудармашы) – туристерге уақытша келген туристік қорлармен таныстыру үшін экскурсиялық-ақпараттық, ұйымдық қызмет көрсететін кәсіби даярланған жеке тұлға.

Экскурсовод – уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік қорлармен таныстыру жөнінде туристерге экскурсиялық-ақпараттық, ұйымдық қызмет көрсетуге лайықты біліктілігі бар, кәсіби даярланған жеке тұлға.

Бірақ, дүкенде киім, аяқ-киім және туристік құрал-жабдықтарды таңдау кезінде олардың сапасына, ыңғайлығына назар аудару керек. Өйткені дұрыс таңдалмаған рюкзак алдағы саяхатта қиындықтар туғызуы мүмкін. Саяхат барысында кілемнің, туристік костюмнің және шатырдың жыртылуы демалыстың бұзылуына алып келеді. Ал тау шаңғылары құралдары туралы айтсақ, олардың сапасына сіздің денсаулығыңыз және өміріңіз байланысты!

Сондықтан да керекті жабдықтардың тізімін білу қажет. Бұл тізім саяхат түріне және демалу орнына байланысты. Оған келесілерді жатқызамыз:

- туризмге арналған киім және аяқ киім: қысқы және жазғы киімдер – шалбар, гетр, гамаш, жилет, қолғап, күртеше, комбинезон, плащ және фуфайкалар. Туристік киім ыңғайлы ғана болып қоймай, сонымен қатар қоршаған ортадан сақтау керек. Туризмге арналған киімдер анатомиялық пішу, жоғарғы технологиялық жана маталар, мысалы, денені қажамайтын жалпақ тігістері бар маталар және терлетпейтін маталардан жасалу керек. Осындай сапалы туристік киімдерді тек қана туризмде ғана қолданып қоймай, сонымен қатар күнделікті өмірде қолдануға болады;

- альпенистік құрал-жабдықтар: динамикалық, статистикалық және көмекші жіптер, сақтандыру жүйесі, карабиндер, ілгек, педаль тағы басқалар. Осының барлығы экстрималды туризмнің ең басты бөлігі болып табылады;

- рюкзактар: сноубордтық, қалалық, әйелдерге арналған, балаларға арналған, туристік. Көріп отырғандай таңдау үлкен. Осылай болуы да тиіс, өйткені рюкзак туризмдегі құрал жабдықтың ең негізгісі болып табылады. Туризм түрлеріне қарай әртүрлі рюкзактар болады – су туризміне арналған станогы бар, экспедициялық туризмге арналған анатомиялық ашқышы бар рюкзак;

- қаптөсектер: бұл ұйықтауға арналған өзіндік киім. Орман және көл жағасында ұйықтаған кезде тоңбас үшін қолданылады;

- туристік керек-жарак: газдық примустар, плиткалар, газдық фонарлар мен лампалар, жанармай оттығы;

- сноуборд және құрал-жабдықтар: құтқарушы дулыға, тізеқаптар, бекітпелер, бәтеңке мен арнайы киімдер сізді тоңып қалу мен суық тиюден сақтайды;

- су туризміне арналған тауарлар: байдаркалар, катамарандар, гидрокостюмдер, ағызба құралдары.

Сонымен қатар:

- кемпингтік, экстремалды түрдегі туристік шатырлар;

- кемпингтік жиһаздар: үстелдер, кресло және орындықтар, төсектер, сөрелер.

- қазіргі заманға сай жасалған тау шаңғылары;

- туристік ыдыс-аяқ;

- құрал-саймандар.

Кейбір туристік құрал-жабдықтардың сипаттамасы.

1. Туристік шатырлар: көбінесе 3 және 4 маусымдық шатырлар қолданылады. 3 маусымдық шатырлар дымқыл ауа-райына арналған, мысалы, жанбыр, сел. Жаз, күз, көктем айларында қолданылады. 4 маусымдық шатырларды жыл бойы қолдануға болады, су мен желге төзімді матасы қыстың кез келген ауа-райына лайықты.

2. Экстремалды шатырларды әдетте 2 класқа бөледі – негізгі және шабуылдық. Негізгі шатырлардың ерекшелігі – доғал жерлері көп болады, айқастары көп, сондықтан да желге төтеп бере алады. Кемшілігі – салмағы өте ауыр және құру ұзақтығы. Шабуылдық шатырлар керісінше салмағы жағынан жеңіл (кейде 1,5-2 кг) және кез келген жағдайда тез құрылады.

3. Газ шамдары – ұзақ сапарларда өте қажет зат, сонымен қатар газ лампаларын жылытқыштың орнына қолдануға болады. Ол өте ыңғайлы, сіздің жүгіңіздің көлемін қатты үлкейтпейді.

4. Мамықтан жасалған қаптөсектер: қаптөсек үшін басты жылытқыш-мамық болып табылады. Мамық – жылу ұстағыш, дымқылды жақсы сіңіреді, бірақ ұзақ кебеді. Дымқыл қаптөсекті сақтауға болмайды (ішіндегі мамық шіріп кетеді), бұндай қаптөсектер ұзақ саяхатқа, яғни дымқыл, ыстық жерлерге жарамайды, оны тек арктикалық және таулы жерлерге қолданады.

5. Сапты аяқтар: кейбір аяқтардың саптары алмалы-салмалы болады, ол саяхат кезінде өте ыңғайлы. Олар алюминийден, титаннан, болаттан жасалады.

6. Термобелье, іш киім – жылу ұстағыш. Көбіне спортпен, аңшылықпен, балық аулаумен, т.б. шұғылданғанда қолданылады.

7. Туристік рюкзактар – олар 25 тен 60 литрге дейін болады. Өртүрлі белсенді демалу түрлеріне және қысқа демалыс түрлеріне арналған.

8. GPS навигаторлары: бұл жаяу саяхаттарда, аң аулағанда, балық аулағанда, сонымен қатар авомобильдерде жол нұсқаушысы ретінде қолданылады.

Саяхат құрал-жабдықтарының тізімі кестеде көрсетілген:

23-кесте. Лагерлер

Қоғамдық қалқа	Рюкзак	Сіріңке, термосіріңке	фонарь
Шатыр+қалқа	Кілемше	Ілмек	Батарея, лампа
Тірек (ағаш дуал)	Қаптөсек	Ара, балта	Шырақ
Құлақша	Хобба	косинус	Оргстекло
полиэтилен	жіптер	күрек	Құрғақ спирт

24-кесте. Ас үйге керекті құрал-жабдықтар

Қақпақ	пышақ	Примус, тұтқа	тоңазытқыш
Шөміш	Кәністір, құты	Жанармай	Тамақ салғыш
Таба	термос	әйнекмата	Сөмке, пакет
Дастархан, губка	Суға арналған	асхана газы	Жидек салатын ыдыс

25-кесте. ЛВ

Арнайы құрал-жабдықтар	Жуынатын заттар	Іс-сапарға
Мұз жарғыш	Тіс ысатын щетка, паста	Пиджак, галстук
Каска, карабиндер	Дәретхана қағазы	Бөлме аяқ киімі
жіптер	тарақ, сақал алғыш	Шай қайнатқыш
балға	прокладка	презентациялар: суреттер, ақпарат
жұмар	орамал, мочалка	Кәдесый

Мәліметтік-сервис қызметтері

Қазіргі кезде жаңа ақпараттық технологияларды қолдану Қазақстанның туристік мүмкіндіктері туралы барлық қажетті ақпараттары толыққанды әлемнің кез келген нүктесіндегі әлеуетті туристке дейін жеткізуде технологиялар мүмкіндігі бірегей де теңдессіз.

Шетелдік туристер елімізге келгенде ұлттық мәдени жасалған кәдесыйға сұраныс ретінде ақпараттық мәліметтерді қолданады. Ал сувенир анықтамасына келсек, бұл – сувенир (фр. Souvenir – еске түсіру, жады) – бір нәрсені еске түсіретін зат, мысалы туристер баратын мұражай және т.б. Кәдесыйларда бір ерекшелік немесе көрініс болады, олар оның қай жерде жасалғанын көрсетеді. Ол қаланың эмблемасы болуы мүмкін. Кәдесыйларды арнайы дүкендер мен шатырларда сатады. Кейде сапасыз кәдесыйлар да болуы мүмкін, сапалысы да болады. Кейбір сувенирлерді мемлекеттен шығаруға тыйым салуы мүмкін.

Кейінгі жылдары корпоративтік және бизнес сувенирлер деген түсініктер шықты, яғни кәсіпорын қызметкерлеріне белгілі бір мерекелерде ұсынылады. Осы сувенирлердің ішінде 3-ші ауданды графикалық суретпен жасалған кристалдар тәрізді әйнек ең үлкен сұраныста. Аудандық сурет жасау атқарымында, сувенирлік өнім «лазерлік графиктер» атағын алды. Осы кристалдық әйнекте лазерлік нұрмен әртүрлі тақырыптар, фирмаларды сипаттайтын ірі суреттер, компанияның суретін салуға болады.

Сувенирлік бизнес бүкіл әлем бойынша ең басты және қолданбалы туристік элементтердің бірі болып келеді.

Сувенирлік өнімді шығарушы лидер мемлекет әрине – Қытай. Қытайдың әртүрлі сувенирлері, ойыншықтары бүкіл әлемді жаулап алған. Қазіргі кезде «Made in China» жазуы ешкімді таң қалдырмайды. Біз Қытайдан келетін сувенирлерді 3 топқа бөле аламыз. Олар: керекті, тәтті, керегі жоқ.

- Қытайдан әкелінетін керекті сувенирлер: бұл нағыз керекті сувенир. Олар шайнек, кружка, крем, орамал, бижутерия салғыш және т.б.

- Қытайдан әкелінетін тәтті сувенирлер: шай. Шайдың бағасы әркелкі болып келеді. Оның себебі, ең алдымен қандай плантация-

ларда өсірілген, қай мезгілде жиналған, шикізаттың сорты және брендтің танымалдылығынан.

Шайдың сорттарын, әртүрлілігін, оның палитрасын ажыратпайтын адам, оның қышқылдығынан бас тартуы және қапалануы да мүмкін. Сол үшін өз таңдауыңызды ванильді шайға аударғаныңыз дұрыс. Сонымен қатар бағасы да төмен болады.

- Қытайдан әкелінетін керегі жоқ сувенирлер: конфуцийдің немесе түрлі петроглифтер салынған сервиздер үйге ешқандай пайда әкелмейді. Бірақ сыйлық ретінде ең 1-ші орында болады. Соған сәйкес оның сапасы төмен болады.

Жарнамалық сувенирлер: Мұндай сувенирлер жарнамалық бағытта кең қолданылады. Өйткені, ол белгілі кәсіпорындардың атағын жоғарылатады.

Сонымен қатар жарнамалық сувенирлерді классификациялауға болады. Фирмалық өнім сувенирлері – олар көбінесе утилитарлы заттарға жатады. Мысалы, фирмалардың бренді салынған оттық, қалам, брелок, майка, т.б.

Ал сыртқы саудалық жарнамаға қолданылатын сувенирлер олар фирманың өзі жасайтын символикалық жабысқыш заттар (матрешкалар, ағаштан жасалған заттар, янтарлық және т.б. өнімдер).

Сыйлықты бұйымдар іскерлік кездесу кездерінде, әртүрлі ұйымдардың мерейтой кезінде және үлкен коммерциялық келісімге келген кезде беріледі. Көбіне бұл әйгілі бұйымдар: шетел тәжірибесінде атташе-кейстер, жазбаша бұйымдар, үстелдік, қабырғалық сағаттар және т.б. Кәдесыйлық жиынтықты келесі кесте де топтауға болады:

26-кесте. Кәдесый жиынтығы

Сувенирлік топтар	Мысалдар
Канцелярлық бұйымдар	Осы бөлімге келеді: қалам (шарикті, қанатты, маркерлер), визиткалар, күнделіктер, күнтізбелер, қолкітапшалар
Киім-кешек	Футболкалар, майкалар, арнайы киімдер
Брелоктар	Шам тәрізді, ашылатын т.б.
Темекі бұйымдары	оттықтар, күл салғыштар және т.б.
Интерьерлік	Қабырға сағаттар, термометр, ваза және т.б.
Ыдыс-аяқ	Стакан-бакалдар, кружка, рюмка

Кәдесыйлық тауарларды өндіретін өндірістің 2 типі бар:

1. Кәдесыйлық фирма 1-ші типі – шетел өндірушілерінің каталогтары бойынша тасымалдайтын фирмалар кешені. Әрине жақсы және әртүрлі заттар табуға болады, бірақ каталогтерде шектелуі қажет. Осының тағы бір кері жағы, біріншіден, тиражға бекітілімі, тасымалдың ұзақтығы және кедендік буып-түю. Каталогтің алуантүрлілігіне қарамастан, барлық талаптарға сай жауап бере алмайды.

2. Кәдесыйлық фирманың 2-ші типі – бұл сувенирлік заттарды өндіруші фирмалар кешені, бұндай фирмалардың саны көп емес. Негізінен, бұл шығармашылық және кәсіптік шеберхана құралып, кейіннен олар өнеркәсіптік кәсіпорындарға айналған. Өнімнің сапасы негізінен жоғары, кейде өте жоғары сапалы, себебі олар авторлық жұмыстар болып табылады. Клиентке арнайы фирмалық эксклюзивті дизайн дайындап сигналды үлгі жасауға болады.

Қорытынды:

10-тақырып бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Өндірістік объектілер туристік индустрияның бөлінбес бөлшегі болып табылады немесе оның дамуына үлкен ықпал етеді. Туристік және спорт құрал-жабдықтары туризмнің түрлерінің негізін құрайды. Туристік құрылғыларсыз ешбір саяхат, мереке, сайыс, тауға шығу мен түсу, т.б. жүзеге асыру мүмкін емес. Ал сувенирсіз біз демалыс пен сайыста алған әсерлер мен естеліктерді сақтай аламыз.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. *Биржаков М. Б.* Введение в туризм - М. Невский фонд, 2006.
2. Журнал «Курорты Казахстана» Caribbean Club №3.
3. Журнал «Всемирные путешествия Traveler» №10.
4. Туристік қызмет туралы: Заң актілерінің жиынтығы. – Алматы: ЮРИСТ, - 2007. – 326.
5. *Балабанов И. Т.* Экономика туризма: Учебное пособие - М.: Финансы и статистика, 2000 г.-316 с.
6. *Квартальнов В. А.* Туризм: Учебное пособие: - М.:Ф

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өзіндік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

Репродуктивті деңгей:

- 1) Өндірістік нысандардың сипаттамасы.
- 2) Өндірістік нысандардың рөлі.
- 3) Ұйым өміріндегі жарнамалық сувенирлердің маңызы туралы айтып беріңіз.

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

- 1) Туризмнің жеке түрлеріндегі құрылғылардың маңызы туралы айтып беріңіз.
- 2) Мәдени-эстетикалық және экономикалық тұрғыда сувенирді өндірудің рөлі туралы айтып беріңіз.

Шығармашылық деңгей:

- 1) Алпинистік құрылғылардың және «Қазақстан ұлттық сувенирі» тақырыбына жеке жұмыс дайындаңыз.
- 2) «Туристік индустрияның өндірістік объектілерінің классификациялары» тақырыбына баяндама дайындаңыз.

Тәжірибелік сабақ жоспары

Тақырыбы: Туристік сфераның өндірістік объектілері.

Мақсаты: Туристік индустрияның негізгі объектілерімен танысу, олардың классификациясын қарастыру.

- 1) Туристік индустрияның объектілері туралы түсінік.
- 2) Туристік индустрияның объектілерінің классификациясы.
- 3) Туристік индустрияның объектілерін қорғау және күзету.

Әдістемелік нұсқаулар:

Өткен тақырыпты жетік меңгеру үшін туристік саласының өндірістік нысандары түсінігін меңгеру қажет және оның классификациясын, түрлерін және туристік сферадағы мәнін түсіну қажет. Сувенирлік өнімдер мен оның түрлерінің қолданысын түсіндіру. Сувенирлерді эстетикалық және экономикалық бағытта қолдану.

11-тақырып. Туристік салада жалпы қолдану нысандары

Мақсаты: Туристік емес сала нысанының мәні мен мағынасын ашу, олардың туристік қызметтер жүйесіндегі рөлі.

Жоспар:

1. Туристер қолданатын туристік емес саланың нысандары.
2. Жалпы мемлекеттік коммуникациялары.
3. Көпшілік тамақтанудың, транспорттың, тұрмыс қызмет-терінің муниципалдық қызметтері.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: Туристік емес саланың объектілері, туристік тасымалдаулар, орналастыру құралдары, көлік коммуникациялар, меншіктер және т.б.

1. Туристер қолданатын туристік емес саланың нысандары

Туристерді тасымалдау, туристік өнім құрамының маңыздысы болып келеді. Бұл саяхатшылардың демалыс орнына немесе экскурсияға және де үйіне қайтып оралуын қамтамасыз етеді.

Көлікпен қамтамасыз ету туристік инфрақұрылымның негізгі кешеніне кіреді. Туризм саласында көліктің 3 түрі қолданылады: құрлықтық, су көлігі, әуе көлігі. Құрлықтық көліктің ішінде ең танымал болып келетіні - темір жол және автокөлік.

Автокөлік туризмде жиі қолданылады, себебі ол туристерді «Есіктен есікке» жеткізеді. Темір жол көлігі туристерді жылдам және ыңғайлы жағдайда жоғары жылдамдықпен жеткізеді және де қолжетімді бағамен қызықтырады.

Су көлігі: су асты көлігі (экскурсиялық су асты қайықтары) және су үсті көлігі (теплоходтар, паромдар, яхталар және т.б.) болып бөлінеді.

Әуе көліктеріне алуан түрлі көліктер жатады: азаматтық ұшақтардан бастап үрлемелі шар, дельтаплан сияқты экзотикалық көлік түрлері.

Туризмде көліктік қызмет көрсету жүйесіне:

- турға қосатын негізгі туристік қызметтер кешеніне кіретін туристік тасымалдау: туристерді белгіленген жерден тұрғылықты жеріне және керісінше тасымалдау;

- трансферт - туристерді күту-шығарып салу үшін берілетін көліктік құрал;

- турлар бойынша мерейтойларға көліктік қызмет көрсету: экскурсиялық қызмет көрсету; бағдарламалық мерейтойларға шығу, жақын аймақтарға саяхат, маршрут бойынша тасымалдау жатады.

2. Жалпы мемлекеттік коммуникациялары

Қазақстан – Еуразияның кіндігінде орналасқан шығыс пен батыс дәстүрін байланыстырушы дәнекер жол. Елдің көне мәде-

ниеті мен көрікті табиғаты әркімді де өзіне тартып тұрады. Бүгінде Қазақстан туризмнің барлық түрі бойынша, нақтырақ айтсақ, танымдық, сауықтық, этникалық, экологиялық, шипажай-сауықтыру, орнитологиялық, балалар, аңшылық тағы басқа да түрлері бойынша қызмет ете алатындай дәрежеде.

Ұлы Жібек жолы бойында орналасқан Қазақстан көне замандардан бүкіл түркі әлеміне танылған тарихи мекен. Сол себептен бірегей табиғаты ғажайып қорықтар, емдік су көздері, археологиялық және тарихи ескерткіштер, қалалар әу бастан саяхат пен туризм көздері саналған. Қазақстандағы алғашқы туристік ұйымдар 20 ғасырдың 20-30-жылдары пайда болды. Тарихқа қарап, елімізде туризм саласы тамырының тым тереңде жатқанын байқаймыз.

Қазіргі таңда Еуропа мен Азия арасындағы тауар алмасу көлемі шамамен 700 млрд. АҚШ долларын құрайды. Кейбір болжамдар бойынша 2015 жылға қарай осы көрсеткіш 1 трлн. АҚШ долларына жетеді. 2015 жылы Қазақстанның транзитынан 1.1 млрд. АҚШ долларына жетеді. Жалпы Оңтүстік-Шығыс және Шығыс Азия-Еуропа елдеріне кететін транзиттер шамамен 330-400 млрд. АҚШ долларын құрайды. Оның ішіндегі 20% Қазақстан арқылы өтеді.

2006 жылы Қазақстан ұзақ уақыттық Көліктік стратегия қабылдады. Оның ішінде Азия континентімен Республикалық мемлекеттің шекаралық дамуы қарастырылады. Стратегия солтүстік-оңтүстік және батыс-шығыс бағытындағы магистральдардың салынуы осы стратегиямен қарастырылып жатыр.

Бұл жобалардың барлығы уақыт пен арақашықтықты қысқартуға және ең маңыздысы болып келетін - жаңа транзиттік жолдар ашылуы (Достық станциясының кеңейтілуі, жаңа темір жолдардың салынуы: Шар-Өскемен, Ералиево-Құрық, Маңғышлақ-Баутино, Қорғас-Жетіген, Бейнеу-Жезқазған, Өзен-Түркіменстан шекарасы, Мақат-Қандыағаш, Достық-Ақтоғай, Алматы-Ақтоғай, Ақтоғай-Мойынты, т.б. темір жолдар бөліктерін электрификациялау).

Халықаралық тасымалдаудың әлемдік практикасы көліктік маршруттардың бәсекеге қабілеттілігін көтеру техникалық мәсе-

лелерді шешумен ғана шектелмейтінін көрсетті. Ең бастысы, транзиттік жүк тасымалдаудың жолында кездесетін ауыр емес қиыншылықтарды жою үлкен мағына береді, мысалы халықаралық көліктік коридорларды жетілдіруге қызыққан әртүрлі саяси жақтармен шешілмегендігі, жүк тасымалдайтын шекаралардағы технологиялық өткізудің болмауы, құқықтық саладағы толық қамтылмаған ақпаратпен қамтамасыз етілмегендігі және т.б.

2007 жылы Қазақстан территориясында 1006 контейнерлік пойыздар пайда болды, оның ішінде мына бағдарлар бойынша: Алматы-Алашанькоу (311 пойыз), Ляньюньган-Алматы (337 пойыз), Ляньцзын-Алматы (153 пойыз), Находка-Локоть-Алматы (112 пойыз), Находка-Локоть-Сарыағаш (37 пойыз), Ляньюньган-Ассаке (33 пойыз). 2006 жылғымен салыстырғанда пойыздар саны 45%-ке өсті (224 пойызға көп). Жалпы барлық бағыттардың контейнерлік пойыздар құрамына 42090 вагон әкелінді, 47138 контейнер оның ішінде 8283-20 фут. контейнер, 38855-40 фут. контейнер.

Қазақстан территориясы бойынша 70 халықаралық әуе коридоры өтеді. Халықаралық әуе жүйесі транзитті хат 1995 жылдан 2008 жыл аралығында 5 мың км-ден 65 мың км-ге өсті. Алматы, Астана, Қарағанды және Атырау әуежайларында «EL AL» (Израиль), «KLM» (Нидерланды), «FedEx» (АҚШ) және т.б. авиакөманиялары Боинг -747 ұшағы әрдайым келіп тұрады.

Қазақстан және Ресей территориялары арқылы Батыс Еуропаға Қазақстандағы ең ірі Батыс-Еуропа және Батыс-Қытай трансконтинентальдік автотранспорттық коридордың салынуы басталды. Жоба құрамында Орталық Азия мемлекеттерінен оның ішінде Өзбекстан, Қырғыстаннан шығу коридорларының салынуы қаралып жатыр. Бағдардың жалпы ұзындығы 8445 км құрайды, оның ішінде: Ресей бойынша 2233, Қазақстан бойынша 2787 км (өңделетін - 2552 км), Қытай бойынша 3425 км.

Еуропа-Ресей-Қазақстан-Қытай - бұл Қытайдан Еуропаға ең қысқа жол, бұнда ең аз қосылушы мемлекеттер, шекаралар. Бұл жобаның бәсекелестік артықшылықтары оны перспективті етеді, жол шамамен он күн алады (транссип - 14 күн, су арқылы - Суэц каналы - 45 күн). Жоба өте жақсы жаңа заманға сай интеллектуалдық жүйе және логистикалық орталықтың қызметтері бар, техникалық қолжетімді коридор кіретін биік деңгейдегі қызметтер береді.

Ақтау порты үш халықаралық көліктік - Трасека, Солтүстік-Оңтүстік, Иногейд коридорларын қосатын бөлігі болып табылады.

Су хатында Каспий бассейнінде жалпы тасымалдау көлемі 30 млн. тонна құрайды, соның ішінде Ақтау портының бөлігі 38% құрайды.

Қазақстан Республикасының көлік және коммуникация Министрлігінің стратегиялық бағыттары

Қазақстан Республикасының көліктік коммуникация кешені темір жол, автокөліктік, су, әуе және т.б. көлік түрлерін біріктіреді.

Темір жол саласы

Магистральдік темір жол желісінің ұзындығы - 14205,4 км, электрлендірілген темір жол - 4143,5 км, (29,6%). Магистральдік жолдардың ашылған жолдар - 19,1 мың км, станциялық жолдар – 6 мың км-дан көп. Оның ішіндегі жалпы ұзындықтың 10547 км автошектеумен қамтылған, 8816 км - диспетчерлік орталықпен қамтылған. 56 мың адам құрайтын 130 филиал магистральдік темір жол желісінде жұмыс істейді. 2007 жылы темір жол көліктің бөлігі мемлекеттік жүк айналымның 57,4%-ын құрайды. 2001-2006 жылдары аралығында үкімет екі саланы қайта құрылымдандыру бағдарламасын қабылдады. Бағдарлама бойынша профильдік емес активтер АҚ «НК Қазақстан Темір жолы» қатарына шығарылды, жөндеу және қызмет көрсету ұйымдары бөлек салаға шығарылды. Жүк вагондары операторларының нарығы пайда болды (жүк вагондары паркінің 40%-ы 190 жеке компания құрамында орналасқан) және экспедиторлық қызметтер (70 компания жүк тасымалдаудың 75%-ын қадағалайды) (27-кесте).

27-кесте. Жалпы инфрақұрылымдық проектілер

р/с	Проектілер	Ара қашықтығы, км	Бағасы млрд. тг	Қаржыландыру көзі	Ашылу мерзімі
Темір желісінің құрылысы					
1	Шар-Өскемен	149	24,3	Концессия	2005-08
2	Ералиево-Құрық	14,4	7,5	Концессия	2008-10
3	Маңғышлақ-Баутино	135,1	22,7	Концессия	

4	Қорғас-Жетіген	298,4	93	Концессия	2009-11
5	Бейнеу-Жезқазған	988	328	Концессия	2009-12
6	Үзен-Түркменстанмен мемл. шекара	137	60,8	РБ	2009-11
Темір жол бөлімдерінің электрификациясы					
1	Мақат-Қандыағаш	392	35,7	Концессия	2009-11
2	Алматы-Ақтоғай	588	148	Қарызға	2008дегі ТЭО
3	Достық-Ақтоғай	312	76	Қарызға	2008дегі
4	Ақтоғай-Мойынты	524	111	Қарызға	2008дегі ТЭО

Көліктік жол саласы

Қазақстан Республикасының автокөлік жолының ұзындығы 128 мың км-ді құрайды, оның ішіндегі 93 мың км-і жалпы қолдануда. Қоғамдық пайдалану жолдарының жалпы ұзындығының ішінде 23,5 мың км Республикалық мағынада, 69,5 мың км. жергілікті желіге жатады.

2005 жылдан бастап Республикадағы жолдардың салынуы мен жөнделуі өскен 13 тоннаға дейін қысыммен жүруде, ал халықаралық коридорлар II ден кем емес техникалық категория параметрмен жөнделуде. 72 стандарт орнатылды. 5 буынды сапа бағаны енгізілді.

ҚР Үкіметінің №1227 бекітілуімен 2005 ж. 9-желтоқсанынан бастап 2006-2012 жж. көлік жолдарын жетілдіруі бойынша бағдарлама бекітілді, соған байланысты түрлі жөндеу мен 42 мың км қоғамдық пайдаланудағы жолдарды қамту, оған 1,3 трлн. теңге қаржыландыру немесе 10 млрд. АҚШ долларынан астам. 2007 жылдан бастап Республикалық бюджеттен жергілікті жол желісіне 2013 жылға дейін 141 млрд. теңге бөліну қаралып жатыр. 2012 жылдың аяғына Республикалық жолдардың 86% және жергілікті жерінің 70% жақсартылуы күтілуде.

Соңғы 7 жыл ішінде жергілікті желіні қосқанда саланың жетілуіне 420 млрд. теңге бөлінді. 2001 жылы 24,5 млрд. теңге қаржыландырылса, 2007 жылы 134,3 млрд. теңге болды. Осы жыл аралығында Қоғамдық жолдардың 93 мың км-і ішіндегі 22-сі жөнделді, соның ішінде Республикалық 16,4 мың км.

2007 жылы 134 млрд. теңге жұмсалды, 119 млрд. теңге Республикалық бюджеттен және 15 млрд. теңге жергілікті бюд-

жеттен. Барлығы 2007 жылы қоғамдық жолдар жергілікті желіні қосқанда 4 мың км жөнделді. Республикалық автожолдарда Астрахань-Атырау жолындағы Киғаш өзенінен өтетін шекаралық жол, 41 км алатын Астана-Челябинск жолындағы бөлік, Омск-Павлодар жолындағы 15 км және 64 км-лік Қаратабан-Доссор бөлігі жөнделуге берілді.

2008 жылы қоғамдық жолдардың жетілуіне 154,6 млрд. теңге жұмсалды, оның ішінде 126,1 млрд. теңге Республикалық бюджет (105,7 млрд. теңге республикалық жолдарға және 20,4 млрд. теңге жергілікті желіге) және 28,5 - млрд. теңге жергілікті бюджет. Барлығы 4,5 мың км жол жөнделді, соның ішінде 2,3 мың км республикалық желіге, жергілікті желіге - 2,2 мың км.

Жылдың аяғына дейін 579 км жол жөнделді: 114 км Чунджа-Көлжат жолы, 238,3 км Доссор-Бейнеу, 65 км Орал-Ақтөбе, 81 км Астана-Қостанай-Челябі, 64 км Таскескен-Бақты, 17 км Астана қаласының Оңтүстік бөлігі. Жылдың аяғына дейін республикалық жолдың 64%-і, жергілікті жолдың 56% жөнделуі тиіс.

2008 жылға нормативті қажеттілік және республикалық жолдарды өңдеуге жалпы бюджеттен 19 млрд теңге бөлінеді. Республикалық бюджеттен 7,4 млрд. теңге жалпы соманың 39% құрайтын сома бөлінген. Нормативті қажеттілік және жергілікті жердің жолдарын өңдеуге бөлінген сома 29 млрд. теңгені құрайды. Республикалық бюджеттен керекті соманың 26% құрайтын 7 млрд. теңге бөлінген.

2007 жылы Қазақстан территориясының реконструкциясына 2287 км қашықтықты құрайтын, «Батыс Еуропа-Батыс Қытай» коридорының дамуына комплекстік техника-экономикалық (кейін -ТЭО) негіз құрылған. Жобаның жалпы сомасы - 804,1 млрд. теңгені (6,7 млрд. АҚШ долл. шамасында) құрайды. 2007 жылдан бастап ара қашықтығы 215 км құрайтын Қарабұтақ-Ырғыз-Қызылорда облысының шекарасының учаскелеріне жұмыстар жүргізіліп жатыр. 2008 жылға 2,5 млрд. теңге бөлінген.

2008 жылы жобалық сметтік құжаттама (ПСД) дайындайтын зерттеуші жұмыстарға (ПЗЖ) 2,6 млрд. теңге бөлінді. РБ қаржыландыратын Қарабұтақ-Ырғыз-Қызылорда облысының шекарасының аймақтарысыз қалған аймақтар Республикалық бюджеттің қаралуымен (Сыртқы қарыздарды тартумен және

республикалық бюджеттен қаржыландыруы Ақтөбе қаласының солтүстік бөлігі, Шымкент қаласы маңымен өтуі, Алматы облысының үлкен айналма Алматы автомобиль жолына шығуы (кейін-БАКАД)), концессиондық негізде жеке инвестицияларды тартуымен (Ташкент аймағы-Шымкент-Жамбыл және Алматы облыстарының аймақтары-Хоргос) қаржыландырудың схемасы анықталған. 2004-2005 жылдары басталған Ақтөбе-Қарабұтақ және Алматы-Бішкек территорияларынан басқа аймақтар 2012 жылдың аяғында аяқталады.

Ақылы автожолдарды енгізу

2008 жылы 5 шілдеде «концессия бойынша Қазақстан Республикасының заң актілеріне өзгертулер мен толықтырулар енгізілгені туралы» қиындықтарды артқа қалдырып және концессияға мемлекеттік қолдауды арттыру, сонымен қатар балама тегін жол ақысы, осылар көлік жолдар құнын тұрақты төмендетеді.

Қазіргі таңда заң нормативтік актілерінің қалыптастырылуы аяқталуда. Екі этапта өтетін автокөліктік салада он концессиондық жобалар өткізілуі жоспарлануда. Оған 1,2 трлн. тенге бөлінді.

2008 жылы желтоқсанда - 2009 қаңтарда бірінші этапта тендер жариялау жоспарлануда, 2009 жылдан бастап 2008 жылдың 6 ақпандағы президенттің Қазақстан халқына жолдауында айтылған 4 жоба басталады, бұл: Астана-Қарағанды, Алматы-Қапшағай, Алматы-Хоргос жолдарын жөндеу, үлкен Алматы айналма жолдың салынуы. Бұл проектiлер бойынша МТК РК ұсынысы бойынша жағымды жауап алынды және оны концессиондық негізінде жасап, Қазақстан Республикасының қолдауымен концессияға өткізу реестріне тіркелді. Қазір Қазақстан Республикасының Экономика Министрлігі мен ТЭО жоғарыда аталып кеткен жобаларда экспертиза өткізіп жатыр.

Екінші этапта, 2009 жылдың I тоқсанында үш жобаға тендер өткізіледі: Ташкент-Шымкент-Жамбыл облысының шекарасы, Бейнеу-Ақтау жолдарын жөндеу және Астана-Щучинск жолына ИТС қою.

Қалған үш жоба (Орал-Өзінкі, Қарағанды-Қапшағай, Бейнеу-Шалқар жолдарын жөндеу) заңнамада жазылған уақыт ішінде

жарияланған. 2007 жылдың мысалы бойынша жолдардың 69%-ын жөндеу мен салыну қолға алынып жатыр, 12% - жалпы, 10% - өтуші және 9% - орта жөндеулер. Жөндеу жұмыстары 6 халықаралық коридорлары бар жолдардың бөлігінде өтіп жатыр. Жөндеу жұмыстарына берілген қаражаттың жартысынан көбі Ақмола облысына 56%, Алматы 13%, Атырау 9%, Батыс Қазақстан 5%, Маңғыстау 5%, Шығыс Қазақстан 5%, Павлодар 4%, Ақтөбе 3% облыстарына жұмсалды. Қаражаттың бөлінуі жолдардың жағдайы мен ұзындығына қарай реттеледі.

Салу мен жөндеу жұмыстарының орташа бағасы - 1км 3-ші техникалық категория бойынша 120 млн. теңге, жалпы жөндеу - 80 млн. теңге, орта жөндеу - 5-7 млн. теңге, өтуші жөндеу - 300 мың теңгеден көп. Өтуші жөндеуді қаржыландыру қазір керекті нормативтің тек 39%-ы ғана қаржыланып жатыр. Бірінші және екінші техникалық категориялы жолдарға бұл көрсеткіштер 1,5 және 2 есе өседі.

Азаматтық авиация

Республикада 66 авиакомпания бар, 41 авиакомпания жолаушы және жүк тасымалдайды, оның ішіндегі 7-сі әрдайым ұшып тұрады. 25 авиакомпания авиациондық жұмыстар істейді (авиациялық-химиялық, орманды-патрульдық, мұнай және газ, Каспийді зерттеу және т.б.).

22 аэропорт жұмыс істейді, 15 халықаралық, оның ішінде 9-ы ИКАО мемлекеттік реестізде, есепте 729 әуе ұшақтағы бар. Оның ішінде 620 ұшақ, 109 тік ұшақ бар. Қазақстандық авиатасымалдаушылар (АҚ Скат Эйр Астана, АҚ Скат) 15 шетелдік мемлекеттік ұшады. Қазақстанға 19 шетел мемлекеті әрдайым 28 шетелдік жолаушылық авиакомпания ұшақтарын ұшырады. Облыс ішінде 40 түрлі маршрут бойынша ұшу сапарлары жасалып тұрады. «Ішкі авиатасымалдауды субсидтеу» бюджеттік жоба бойынша (667 млн. теңге 2008 жылғы) 9 маршрут бойынша авиатасымалдау болып тұрады. Олар Астананы Тараз, Жезқазған, Петропавловск, Қостанай, Семей, Талдықорған, Павлодар және облысаралық Қарағанды-Өскемен, Қарағанды-Қызылорда маршруттарын бір-бірімен қосады. Барлығы жоба бойынша 6-8 жаңа облысаралық

маршруттар ашылады. 2007 жылдың маусым айында Шығыс Қазақстанда алғашқы облысаралық маршруттар ашылды.

2007 жылы «Эйр Астана» компаниясы 6 ұшақ алды. (2 боинг 767 / 300, 2 эйрбас 320, 2 эйрбас 321) барлығы авиапаркте 18 ұшақ бар. Республиканың авиакомпаниялары 8 жаңа «Ейрокоптер» алды.

2008 жылы «Эйр Астана» 3 ұшақ алды. (1 эйрбас 319, 2 эйрбас 320) «Скат авиакомпаниясы» 2 боинг 737-500 ұшағын алды. 2008 жылы жаңа ұшақтар саны 23 болды.

2009 жылы ескі АН 24, ЯК 40 ұшақтарын алмастыру үшін жаңа ұшақтар алу жоспарлануда. Әуе жұмыстарына «Казэроновигация ұйымы» қызмет көрсетеді. 2007 жылғы инвестициялар көлемі 6 млрд. теңге болды, 2006-2008 жылдар аралығында 15 млрд. тенге инвестиция қабылданды.

Су көлігі

Қазақстан Каспий арқылы мұнай, металл, бидай таситын су көлігінің мемлекеті болып саналады. Отандық су сауда флоты АҚ «НМСК Казмортрансфлот» судоходтық компаниясы ұсынған. АҚ «НМСК Казмортрансфлоты» 16 көлік құрайды, оның ішінде: 12 мың тонналық жүк көтергіші бар 3 мұнай құйғыш танкер, 3600 тонналық 5 буксир жүк көтергіші бар 8 баржы қоры бар.

Ақтау порты - ҚР-ның жалғыз халықаралық теңіз саудалық порты. 2007 жылы Ақтау порты арқылы өткізілетін жүктер көлемі 11,0 млн. тонна немесе 2006 жылға сай, оның ішіндегі 9,3 млн. тонна мұнай және құрғақ жүктер – 1,7 млн. тонна. Жоба қуатының жақсаруына байланысты Ақтау порты 20 млн. тонна мұнай және 3 млн. тоннаға дейін құрғақ жүкті кеңейтуін қарастырып отыр. Жоба қатарына мұнай құйғыш және құрғақ жүктің жағаға орналастыруы қарастырылып жатыр. Сонымен қатар гидротехника қорғанысының құрылысы да жоспарлануда. Жобаның жалпы сомасы 41,7 млрд. теңгені немесе 347 млн. АҚШ долларын құрайды.

Мемлекеттік жоба бойынша құрлық портында қазақстандық секторды қабылдау бойынша Каспий теңізінде арнайы мұнай құйғыш терминалы жоба қуатынан жылына 20 млн тоннаға дейін

арнайы құрылыс жоспарланды, ол «Баку-Тбилиси-Джейхан» жобасына қатысады, сонымен қатар осы жобаның жүзеге асуына барлық мүмкіндікті жасайды. Жүзу қауіпсіздігін қамтамасыз ету мақсатымен құрық порт акваториясында су көлігінің қозғалысын басқару жүйесі құрастырылмақ. Үш ішкі жүзу су бассейні де пайда болады: Ертісте (1719,5 км), Іле-Балқаш (1308 км) және Орал-Каспий (956 км), ұзындығы 3983,3 км су жолдарының аймағында. 2007 жыл аралығында ішкі су көлігі мен 1,28 млн тонна түрлі жүк әкелінген, бұл 2006 жылғы көрсеткіштен 127,1% асады.

Автомобильді көлік

Автокөліктік құралдың республикалық паркі 1745 мың жеңіл машинаны, 312 шамалас мың жүкті АТС және 75 мың автобусты санаған. (МВД РК 2008 1 қаңтар мәліметі). 2007 жылы жеңіл көлікпен жолаушыларды тасымалдау 11,28 млрд. адамды құрады, жолаушы айналымы – 114,4 млрд. адамға сай. 2006 жылғы аналогтық кезеңнің салыстыруымен жолаушыларды тасымалдау көлемінің өсуі 6,7% құрады, ал жолаушы айналымы 9,9%. Жүкті тасымалдау көлемі 1,65 млрд. тонна құрады, жүк айналымы – 61,3 млрд. км. 2006 жылғы аналогтық кезеңнің салыстыруымен жүк тасымалдауының көлемінің өсуі 4,7%, ал жүк айналымы 13,9%. Қазіргі таңда МДП жүйесі бойынша тасымалдауға 4650 көлік тіркелген. Жыл сайын жүк тасымалдауға Еуропа мен Азияның 39 мемлекетінде 109 мың дана бланкілермен алмасу жүргізіледі. Күнделікті хабарлар бойынша 110 халықаралық және 115 облысаралық жолаушылар маршруты бар. Отандық өндірістің бәсекеге қабілеттілігін сақтау мақсатымен, ескірген автокөліктің құралдарының импортынан ішкі нарықты қорғау және де төменгі сапалы мұнай азығы, 29 желтоқсан 2007 жылы ҚР үкіметімен техникалық регламент орнатылды, ол 2009 жылдың басынан бері Еуростандартқа сай. Бұл жағдай ҚР территориясына экологиялық параметр бойынша төмен техникалық сипаттама-сына сай көліктерді енгізуге шек қояды.

Көліктік саладағы мәселелер

ҚР тәуелсіздік алған жылдан кейін тасымалдау көлемі біршама азайды. Көліктік инфрақұрылым жылжымалы құрамы

бойынша әр транспорттық кешен секторына қор құрылды. Кейінгі кездері осы қорлар еш инвестиция көмегінсіз саланы қанағаттандырушы шамада сақтауына қолдау көрсетті. Қазір ҚР экономикасы амортизациясының біршама өсуі негізгі құралдардың қорын бітірді. Бұл Қазақстанның көліктік инфрақұрылымының бәсекеге қабілеттілігінің төмен жағдайын түсіндіреді. Халықаралық жолдардың сапасы бойынша бәсекеге қабілеттілігінен Қазақстан 109-шы орын алады, темір жол бойынша 39, порттардың инфрақұрылымы бойынша 88, әуе жай бойынша 92 орын алады. Ғаламдық бәсекеге қабілеттілік индексі бойынша Қазақстанның көліктік инфрақұрылымы 73 орында (ФБИ 2007-2008 жж., бүкіләлемдік экономикалық форум). Бәсекеге қабілеттілік көрсеткіші мемлекеттердің физикалық және экономикалық параметрлерінің сәйкестігін көрсетеді. Осыған байланысты ең алғашқы стратегиялық бағыт таңдалды (ҚР көліктік инфрақұрылымын жетілдіру).

Қазіргі кезде экономиканың либерализациялануы және Қазақстан Республикасының көліктік кешенінің құрылымдық өзгерісі нарықтық көліктік қызметтердің жетілуіне, сонымен қатар көліктік басқарудың жүйесіне өзгеріс алып келді. Ішкі және салааралық бәсекелестік, шетел тасымалдаушылар арасындағы бәсекелестік, көлік қызметі нарығын қанағаттандыратындай жағдай қалыптастырды. Ұлттық экономикада қазір көліктік кешеннің тұрақты жағдайы қалыптасуда. 2002-2007 жылдар аралығында барлық көліктік саланың көрсеткіштері өсті: барлық көлікпен тасымалданатын жүктер тасымалдануы 1,5 есе өсті, жүк алмасуы - 2 есе, жолаушылар тасымалы 1,2 есе, жолаушы алмасуы 1,4 есе. Эксперттердің айтуынша 2009-2011 жылдар арасында негізгі көрсеткіштер осындай болып сақталады. Қажетті жетілдіру қарқынын қалыптастыру үшін, біріншіден инфрақұрылымдық жетілдіру бойынша кешендік шаралар жүргізу керек. Берілген жағдай алғашқы стратегиялық мақсаттың құрамына кірді: мақсаттың тақырыбы «Көліктік коммуникациялық кешеннің жетілдіру қарқынын өсіруге қол жеткізу». Осы мақсатқа жету көліктік саланың жағдайын өсірумен, инвестициялық климаттың жақсаруымен, мемлекеттік, жеке серіктестіктердің кең қолдануымен шешу қарастырылып жатыр. Мемлекеттік

көліктік инфрақұрылымның жетілуін айтқанда, біз оның көп параметрі бойынша жағдайының төмен екенін айтып кетуіміз қажет. Инфрақұрылымдық жөндеу жұмыстарының көбі айтылған уақыттан кеш орындалып жатыр.

Сонымен, 1992 бастап негізгі өндірістік қорлардың өсімі 32%-70% дейін болды. 2008 жыл басында қанағаттандырылмаған жолдар жағдайы Республикалық жол жағдайы бойынша 35%, жергілікті бойынша 46,5%. Көлік парктері қатты ескіруіне байланысты, 59% жеңіл және 84% жүкті көліктердің 12 жыл бойы эксплуатацияда тұр. Көлікте өзін-өзі сақтандыру түсінігі бүкіл спектр және бірін-бірі түсінушілік жағдайын алып отыр: көліктегі құбылысқа әр мүше өзі жауап беру керек. Көліктік жүйенің сапасы және көліктік құралға техникалық сұраныстар, мамандарды дайындау, медициналық көмек көрсету.

Осы жүйедегі екінші стратегиялық бағыт болып «Көліктік құбылыстың қауіпсіздігімен қамтамасыз ету». Осы бағыт бойынша көлік және коммуникация министрлігі стратегияны мақсатқа жетуіне көмек көрсетуде: жолаушылар тасымалдауында қауіпсіздігін сақтау және кез келген көлік түріндегі жүк. Бұл мақсат мемлекеттік көлік қауіпсіздігін сақтауын бақылау жүйесі арқылы жүзеге асырылады, сонымен қатар бүкіл көліктік кешендегі қауіпсіздігін қатаң сақтау. Елдің ішкі жағдайын шешумен қатар көліктік кешенде халықаралық құрамы үлкен рөл атқарады. Қазақстанның еуразиялық континентінің қақ ортасында орналасуына байланысты, оның саяси рөлі Еуропа мен Азия арасындағы және Ресей мен Қытай арасындағы транзиттік көпір болып саналады. Қазақстан халықаралық транзиттік коммуникациялық жүйенің ішінде зор орын алады және үш негізгі жолдардың өтетін территориясы болып табылады, олар:

Еуропа – Қытай, Ресеймен қоса

Еуропа – Қытай, ОЭС мемлекеттерімен қоса

Ресей – Орта Азия.

Осыған байланысты оңтүстік бағыс елдерінің сауда экономикалық қарым қатынасының өрлеуі, оңтүстік және оңтүстік шығыс елдерінің, ТМД және Еуропа елдерімен Қазақстанның транзиттік мүмкіншіліктері және экспорт, импорт дамуының негізгі факторы болып табылады. Қазіргі таңда Еуропа мен Азия тауар алмасуының көлемі 700 млрд. АҚШ долларын құрайды, кей

болжам бойынша 2015 жылға қарай осы көрсеткіш 1 трлн. АҚШ долларына, Қазақстан транзитына түскен табыс 1,1 млрд. АҚШ долларына 2015 жылға (2007 – 500 млн. АҚШ доллары) деп болжанады. Негізінен транзиттік деп оңтүстік – шығыс және Шығыс Азия – Еуропа бағыттары шамамен 330-400 млрд. АҚШ долларына бағаланады, сонымен қоса эксперттердің айтуы бойынша, осы лептің 20% Қазақстан территориясы бойынша өтуі мүмкін.

Үшінші стратегиялық бағыттың мақсаты болып Қазақстан Республикасының территориясы бойынша транзиттік тасымалдаулар көлемін көбейту болып табылады. Қоғамдық тамақтанудың муниципалдық объектілері, тұрмыстық қызмет. Саяхат кезінде туристерге көрсетілетін кешенді қызметте орналастыру алғашқы орынды алады және әр турдың міндетті бөлігі болып табылады.

Орналастыру құралдары

Күнделікті және кей кездегі қонуға арналған орындар туристік индустрияның негізі болып табылады. Жаңа орналастыру орындарының құрылысы туристік жолдамаға қызығушылықты және туристердің келуін арттырады. Туристерді орналастыру қызметінің жоғары деңгейде болуы туризмнің психологиялық аспектісін анықтайды. Бұл туристердің белгілі бір мемлекетте болып, оларды қанағаттандыруын қамтамасыз етеді. Орналастыру құралдарының ішінде қонақүй индустриясы үлкен орын алады.

Қонақүй индустриясы экономикада өзінің құрамына қонақүй қызметтерін көрсетуді және қонақүйдегі, кемпингтегі, мотельдегі, мектептік және студенттік жатақханалардағы келушілерге арналған үйлердегі қысқа уақытқа қонуларды жатқызады. Бұл салаға мейрамхана саласы да кіреді.

Қонақүйлерге келесі белгілер жатады:

Бір басшылық басқаратын, белгілі бір минимум санын құрайтын нөмірлердің болуы.

Міндетті (нөмірді жинау, күнделікті төсек орнын ауыстыру) және қосымша (кір жуу, химиялық тазалау, шаштараз, автокөлік жалдау және т.б.) қызметтерін көрсету.

Белгілі бір стандарттардың категориясына байланысты қызметтерді топтастыру, құрал-жабдықтарды топтастыру.

3. Көпшілік тамақтанудың, көліктің, тұрмыстық қызметтердің муниципалдық қызметтері

Орналастырумен қатар туризмде тамақтану саласы үлкен рөл атқарады. Туристік индустрияға мейрамхана, дәмхана, бар сияқты тамақтану мекемелері жатады. Туристерді тамақтандыруда, ұйымдастыруда келесі тамақтану түрлері қолданылады: а ля карт, а парт, табльдот, швед үстелі.

А ля карт әдісінде қонақтар мәзір сусын мен тамақтарды өздері таңдап алады. Тапсырыс асханаға жеткізіледі де тамақ дайындау басталады.

А парт. Бұл әдісте қонақтар алдын ала тапсырыс беріп белгілі бір уақыт аралығында көрсетілген қызметтерін қабыл алады. Бұл әдіс демалыс үйлерінде және курорттық қонақүйде кездеседі.

Табльдот. Қонақтарға бір уақытта қызмет көрсетіледі және ол бір мәзір бойынша.

Швед үстелі. Мұнда тамақтардың өте көп түрлері ұсынылады. Бұл әдіс мерейтойларда, нөмірде тамақтануда, қабаттардағы сервисте, нөмірдегі мини бар және т.б. жерлерде қолданылады.

Туристер тек орналасқан жерлерінде ғана емес, әуе, су, темір жол көліктерінде жүру кезінде де тамақтанады. Туристерге жеке қызмет көрсету жоспарланбаған туристер үшін өте үлкен қызмет атқарады. Мұнда жалпы қызметтерден басқа спецификалық көрсеткіштер маңызды болып келеді:

- міндетті түрде орындалатын істердің тізімін бұлжытпай орындау;

- қызметтерді орындау уақытын ескеру;

- қызметтер сапасы жарнамасына сәйкес келу және де т.б. қызметтер көрсету.

Туристік кешендер ұйымдастыратын көліктік қызмет көрсету туристік индустрияда маңызды рөл атқарады. Бұл саланың түріне ерекше сапа көрсеткіштері қолданылады. Ол үшін келесі міндеттерді ескеру керек:

Туристердің көліктік сапарлары толық техникалық тексеруден өтуі керек, өте жақсы сыртқы және ішкі түрі болуы керек.

Туристер салонда жақсы орын таңдап алу үшін автобус біршама уақыт бұрын келуі керек.

Жүргізуші туристердің жүктерін орналастырып, белгілі жерге кеткенде оларды күтіп алушыларға жүктерін беруі керек.

Сапар бойы жүргізуші туристердің сұраныстарын орындап отыруы керек.

Көліктің келуі мен кетуі дәл уақытында болуы керек

Жүргізуші шет ел тілінің біреуін білуі керек.

Егер турист такси жалдаса, оның көрсеткішіде жол жүру со-масы дәл жазылуы керек.

Қорытынды:

11-тақырып бойынша келесідей қорытынды жасауға болады. Туризм экономиканың ең маңызды бөлігі болып табылады. Туристік кешенде туристік емес сала үлкен рөл алады. Сөйтіп, туристік емес саланың объектілері көліктік коммуникация, орналастыру құралдары, қоғамдық тамақтанудың муниципалдық объектілері, тұрмыстық қызмет кешендері болып табылады.

Көптеген елдің экономикасында туризм индустриясы үлкен рөл атқарады. Оның құрамына әлемдік ұлттық тағамның 10%-ы кіреді, әлемдік қолданушы шығынның 11%-ы. Бүкіл ғаламшар бойынша туристік саяхаттың саны 600 млн-ға жақындап келеді, және Бүкіләлемдік туристік ұйымның (БТҰ) болжамы бойынша 2010 жылға таман 937 млн-ға жетеді. Туризм индустриясында үлкен материалдық база бар, ол миллиондаған адамдарды жұмыспен қамтамасыз етеді және бүкіл шаруашылық салалармен қарым-қатынаста болады. Жаңа замандағы Қазақстан экономикасында туризм үлкен орын алады. Қазақстанның маңызды «Қазақстан Республикасындағы туризмнің дамуы» бағдарламасы біздің мемлекеттегі бәсекеге қабілетті туристік кешенді қалыптастыруда маңызды рөл атқаруда. Туристік қызмет көрсету көптеген сұраныстар кешенін қанағаттандырады: тасымал, тамақтандыру, түнеу, экскурсия, спорттық және ойын-сауық және т.б.

Уақыт өтеді, менталитет өзгереді, саяхаттарға да көзқарас өзгереді. Туризм әрқашан да дамып, жетіліп басқа қызметтерді толықтырып отырады. Соның бәріне қарамастан, туризм адамзаттың мәңгілік ажырамас бөлігі болып қалады.

Әдістемелік нұсқаулар:

Берілген материалдың тақырыбын түсіну үшін туризм және туристік объект түсініктеріне назар аудару керек, себебі олар бұл тақырыптың негізі болып келеді. Бұл баяндамамен жұмыс жасағанда, жаңағы жоғарыда аталып кеткен түсініктерге назарларыңызды салып, мұқият оқып, түсіну керек.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Стратегический план Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан на 2009-2011 годы
2. Энциклопедия туризма: Справочник / АВТ-сост. *И.В.Зорин, В. А. Квартальнов.* - М.: Финансы и статистика, 2001.
3. Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности в РК»

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өзіндік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

Репродуктивті деңгей:

1. Туризмдегі туристік объектілердің жалпы сипаттамасы.
2. Туристік қызмет көрсетуде туристік объектілердің алатын орны мен рөлі қандай?
3. Туристік объектілерге не жататынын сипаттап беріңіз.

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

1. Туристік өнім жасалуының салыстырмалы сараптамасын өткізіңіз.
2. Туристік нысандар дамуының факторларын сипаттаңыз.

Шығармашылық деңгей:

Туристік өнімнің жасалуына және өндірілуіне туристік объектінің қатынасын байқаңыз.

«Туризм және туристік объектілер» немесе «Қазақстан Республикасындағы негізгі туристік объектілер» тақырыбына реферат жазыңыз.

III б ө л і м

ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТПЕН ЖАБДЫҚТАУШЫЛАР

12-тақырып. Кәсіпорын - туристік қызметті жабдықтаушы

Мақсаты: Туристік қызметті жабдықтаушылар түсінігі, оның мәні және туризм инфрақұрылымының дамуындағы рөлі.

Жоспар:

1. Кәсіпорын сипаттамасы – туристік қызметті жабдықтаушы.
2. Туристік кәсіпорындар мен туристік ұйымдардың туризм инфрақұрылым дамуындағы рөлі.
3. Туристерге қызмет көрсету операцияларының технологиялық жүйелілігі.
4. Туризм саласындағы туристік кәсіпорындар мен қызмет көрсететін адамдарға өндірістік жабдықтаумен қамтамасыз ету.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: туристік қызметті жабдықтаушылар, турагенттік қызмет, туроператорлық қызмет, туристік мекемелер, қызмет көрсетуші персонал, туристерге қызмет көрсетудің технологиясы.

1. Кәсіпорын сипаттамасы – туристік қызметті жабдықтаушы

Туристерге саяхат барысында көптеген мекемелер мен ұйымдар қызмет көрсетеді. Оларға: орналастыру (қонақүй, турбазалар, мотельдер т.б.) қызметтерін ұсынатын мекемелер; тамақтандыру мекемелері (мейрамхана, дәмхана және т.б.); экскурсиялық фирмалар; көліктік компаниялар; шоу, кино, видео және басқа да ұйымдар; спорттық мекемелер, рекреациялық мекемелер, тұрмыстық фирмалар, сауда ұйымдары және басқа да көптеген мекемелер жатады. Осы аталған ұйымдар мен мекемелердің барлығы да туристерге турды өту барысында белсенді қызмет көрсетеді және туристік тәжірибеде оларды туристік қызметті жабдықтаушылар деп атайды.

Шешуші ұйымды жинақтаушы рөлде туроператор мен оның білімін туристік өнімді жылжытуда және туристік өнімді жабдықтаушылардың туристерге қызмет көрсетуін аса жоғары бағалауға болмайды. Сонымен, турлар барысында туристермен қарым-қатынас жасау қызмет көрсету барысында ғана жүзеге асады, яғни туристердің тур өнімді жақсы бағалауы оған көрсетілген әрбір қызметтің сапасына, белгілі бір туристер тобына қызмет көрсету дәрежесіне байланысты болады.

Қызмет түрін жабдықтаушылар аймақтық қызығушылықтар, туризмнің түрлері, қызмет көрсету жоспарының мазмұны, жас ерекшелігі бойынша тұтыну сегменті және әлеуметтік-экономикалық жоспарлар бойынша таңдалынады. Олардың іскерлік сапасы мен беделі де аз мағына білдірмейді.

Әртүрлі тұтынушылар сегментінің түрлі бағдарламалары бойынша қызмет көрсетулерге және оларға сәйкес келетін қызметті жабдықтаушыларға мысалдар келтірейік. Айталық, жағдайы жақсы туристерге арналған сауықтыру-қалпына келтіру туры ұйымдастыру үшін (коммерциялық кластағы қызмет көрсету) келесі қызметтер жиынтығы қажет: коммерциялық класс бойынша сауықтыру-қалпына келтіру туры барысында туристерге қызмет көрсетудегі талаптар кестеде көрсетілген.

28-кесте. Коммерциялық класс бойынша сауықтыру-қалпына келтіру туры барысында туристерге қызмет көрсетудегі талаптар

Қызметтер пакеті	Орналастыру шарттарына талаптар	Рекреациялық шарттар
Жоғарғы класты қонақүйде тұрақтау	Дубль жүйесімен 1-2 орындық нөмірлер	Үлкен жасыл алқаптың болуы
Тамақтану-жартылай пансион, арнайы мәзірдің болуы	Апартаменттер және «люкс» нөмірлердің, жоғары деңгейде қызмет көрсететін мейрамханалардың, барлардың болуы	Элиталық спорт түрлеріне (корттар, гольф алаңдары, атпен серуендер) арналған спорттық құрал-жабдықтардың болуы
Жеке және топтық экскурсиялар (таңдауға болады)	Элиталық типтегі спортпен (теннис, бильярд және т.б.) айналысуға арналған орындардың болуы	Ашық және жабық жүзу бассейндері

Жоғарғы кластағы көңіл көтеру және ойын-сауық қызметтері	Бассейндердің, моншалардың, сауналардың болуы	Жеке көлікке арналған автотұрақтар. Сауда-сувенирлік желі. Әртүрлі шоулармен ерекшеленуі
Спорттық бағдарламалар. Толық қамтамасыз етілген курорттық бағдарламалар	Шаштараздың, сұлулық салонының және т.б. болуы	Табиғи және аквапарктер. Жекеменшік немесе бөлек жағажай.
Тақырыптық көңіл көтеру-рекреациялық бағдарламалар	Тыныш демалуға арналған мекемелердің болуы (солярий, қысқы бақ, азарий және т.б.)	Теңіз және су ойын-сауығының мүмкіндіктері (яхталар, мариндер, серфингтер, су мотоциклдері, т.б.)

Ұсынылған туристік қызметті ары қарай жалғастыру үшін келесі жабдықтаушылар талап етіледі:

- жоғарғы класты рекреациялық отель (курорттық типте демалуға арналған қонақүй);

- комфортабельді ыңғайлы экскурсиялық автобустары және туристерге жалға беретін автомашиналары бар автотранспорттық мекемелер;

- жоғарғы класты мейрамхана;

- фирмалар экскурсиялық әртүрлі гид-экскурсоводтық қызметтерді ұсынатын және топтық және жеке экскурсияларды ұйымдастырушы экскурсиялық фирма;

- театрлар, түнгі клуб, казино, аквапарктер, табиғи парктер, балық шаруашылығы және т.б..

Экономикалық кластағы сауықтыру туры коммерциялық класс қызметтерімен қоса басқа да қызметтерді ұсына алады. Экономикалық класс бойынша сауықтыру-қалпына келтіру туры барысында туристерге қызмет көрсетудегі талаптар кестеде көрсетіледі.

29-кесте. Экономикалық класс бойынша сауықтыру-қалпына келтіру туры барысында туристерге қызмет көрсетудегі талаптар

Қызметтер пакеті	Орналасу шарттарына талаптар	Рекреациялық шарттар
Экономикалық кластағы қонақүйлерде тұрақтау	2-3 орындық нөмірлері бар 2 жұлдызды қонақүйлер немесе пансиондар.	Аса үлкен емес жасыл алқап
Тамақтандыру-жартылай пансион немесе тек қана таңғы ас, қымбат емес асхана	Асханада өз-өзіне қызмет көрсетеді, швед үстелі және шектеулі мәзірімен ашық буфет, коктейль барлары қол жетімді бағада. Спорттық алаңдар (залдар). Демалуға арналған орындар (фойе, салондар және т.б.)	Қонақүйдің аймағынан тыс серуендеу зоналары
Қымбат емес топтық экскурсия		Демалыс орнына және туристік көрікті жерлерге баруға арналған ыңғайлы қоғамдық көліктің болуы
Әлеуметтік сипаттағы демалыс		
Спорттық қызметтер: жалпыға қол жетімді сипаттағы спортпен айналысуға мүмкіндік		

Басқа да жабдықтаушылар талап етіледі:

- турбаза, пансион немесе экономикалық класты отель (1-2*);
- қымбат емес маркалы автобустарды ұсынатын автотранспорттық мекемелер;
- өзіне-өзі қызмет көрсететін дәмхана, мейрамханадағы швед үстелі;
- экскурсиялық фирма;
- ұлттық саябақ, аттракциондар саябағы.

Егер дәл осындай сауықтыру туры орта кластағы отбасына арналған болса, келесі спецификалық талаптар қойылады (30-кесте):

30-кесте. Қонақүйлерді сипаттайтын негізгі көрсеткіштер

Қызметтер пакеті	Шарттарға талаптар	Рекреациялық шарттар
3-4* қонақүйлерде тұрақтау	Нөмірлік қоры балалар жататын орнымен қоса екі орындық нөмір (жалпы саннан 80-90% дейін). «Дубль» номерлердің бар болуы, біріктіру жүйелерінің болуы.	Жасыл алқаптар арасында орналасуы балалар спорт алаңқайларымен жабдықталған жеке меншік көгалдандырылған аймақ (1 жатын орынға 15-25м ² дейін)
Тамақтандыру ереже бойынша толық пансион, балалар мәзірі міндетті түрде		

Экскурсиялар балалар және ересектер үшін жалпы, балалар және ересектер үшін бөлек	Нөмірлерде кептіретін және үтіктейтін құралдардың болуы. Шағын асханалар (балалардың тамақтануы үшін). Балаларды қадағалап отыратын ойын алаңдары. Демалуға, көңіл көтеру мекемелері (ойын, кітапхана, хол). Спорттық-сауықтыру жаттығуларымен айналысуға арналған орындар (зал, монша, сауна, бассейндер, тренажерлар)	Су атракциондары, бассейндегі және жаға-жайлардағы сырғанақтар, арнайы серуендеуге арналған жолдар, терренкурлер, аквасаябақтар, хайуанаттар бағы, атракциондардың тематикалық саябағы, ұлттық саябақтар, дельфинари
Балаларға қарау қызметтері		
Балалардың педагогикалық ұйымдастырушысы		
Қайта қалпына келтіру сипатындағы қызметтер (уқалау, сауна, дәрігер кеңесі)		
Спорттық қызметтер		

Қызметті жабдықтаушылар:

- отбасылық демалуға арналған 1 класты (3-4*) отель, балаларға арналған орындарымен;
- арнайы балаларға арналған мәзірі бар дәмхана немесе мейрамхана;
- автокөлік мекемелері, арнайы балалар автокөліктері;
- арнайы балаларға арналған бағдарламасы бар экскурсиялық фирма;
- спорттық мекемелер, саябақтар, аттракцион.

Келтірілген әрбір мысалда қызметті жабдықтаушылардың немесе ұсынушылардың дұрыс таңдау жасау керек. Сіздің фирмаңыз ұйымдастырған турдың сапасы қызмет көрсетушілерді дұрыс таңдауға тікелей байланысты болады.

Қызметі барысында турфирма әртүрлі клиенттермен жұмыс жасайды, сондықтан да фирма әртүрлі деңгейдегі қызметтерді ұсыну мүмкіндігіне ие болу керек. Фирманың алдындағы маңызды мәселе, клиентке ұсынылған қызметке кешенді жандасу болып табылады. Негізгі қызметті ұсынушы ұйымдармен (қонақүймен, тамақтану мекемелері, транспорт) келісім барысында олардың

орналасатын жеріне байланысты әртүрлі квоталар болуы мүмкін. Бірақ олардың кепілдіктері әртүрлі болады. Өзара қатынас барысында, мысалы, көліктік компаниядан көптеген турфирмалар жол жүру билеттерін сатуға құқық алуға ұмтылады. Ол ішкі және халықаралық желіде жүзеге асырылуы мүмкін.

Туристік фирма үшін қонақүй мекемелерімен қарым-қатынас өте маңызды болып табылады. Келісімшарт барысында 30-80% толтыруға кепілдік алуы тиіс. Бұл технологиялық аспектілерден басқа серіктесінің жұмыс тәжірибесіне назар аудару, оның құқықтық жағдайы, тур қызметтегі табыстары, лицензиясы, ұсынатын қызметтерінің деңгейі, тарифтері, жеңілдіктері де ең негізгі шарт болып табылады.

2. Туристік кәсіпорындар мен туристік ұйымдардың туризм инфрақұрылым дамуындағы рөлі

Турды ұйымдастыратын және оны сататын ұйымдар туристік-экскурсиялық ұйымдар деп аталады. Тәжірибеде олар басқаша айтылуы да мүмкін: туристік бюро, саяхат бюросы, турагенттік және т.б. Бірақ туристік нарықта оларды туристік агенттер және туристік операторлар деп бөледі.

«Турагент» және «туроператор» терминдері туристік фирманың немесе компанияның кәсіпкерлік қызметінің бағытын анықтайды.

Бұл терминдер қандай мағынаны білдіреді?

Туроператорлық қызмет – бұл өзінің өнімдерін турагентке немесе туристке сату немесе ұсыну бойынша қызметтің осы түріне лицензиясы бар заңды тұлға. Туроператор туристік маршрутты жасайды, қызметті жеткізушілермен бірлесіп турды жүзеге асыруды қамтамасыз етеді, өзінің туры бойынша жарнамалық ақпарат дайындайды, турдың бағасын есептейді, турды туристерге жеткізу үшін турагентке береді.

Турагенттік қызмет – турөнімді ұсыну және өткізу бойынша қызметтің осы түріне лицензиясы бар жеке немесе заңды тұлға. Турагент туроператордан турды алады және оны тұтынушыларға жеткізеді. Турагент қолданылатын турға туристердің маршрутының бастапқы орнынан соңғы орынға дейінгі және соңынан басына қарайғы жол шығынын қосады.

Бұл ұйымдардың нарықтағы басты ролі қызметті жеткізушілер мен тұтынушы туристерді уақыты мен территориясына қарай бөліп біріктіру болып табылады. Бұл спецификалық туризм түрі болып табылады. Ең басты туристік нарық, бизнес, ерекшеліктер мен туризмнің дамуы мен басқару жөніндегі кәсіби білімі бар қызметті жеткізушілерді таңдай білу керек.

Турагент пен туроператордың нарықтағы ең басты қызметі, ол – нарықта тұрақты бір орынға ие болу және тұрақты пайда табу. Туристік нарықтағы дифференциация негізі - тұтынушы сегментін міндетті түрде табу керек.

Туроператор мен турагенттің арасындағы басты ерекшеліктер:

1. Табыс жүйесі бойынша:

Туроператор бірнеше турөнімді сатып алады, мұндағы табыс сатып алынған баға мен сатылған бағаның айырмасы болады; көбінесе туроператор бірнеше бөлек қызметтерді сатып алып, өзінің баға қалыптастыру механизмімен кешенді туристік өнім шығарады.

Ал турагент бөлшек сатушы ретінде қызмет атқарады, ол біреудің дайын туристік өнімін сатып, содан комиссиялық пайда тауып отырады.

2. Турөнімге байланысты:

Туроператорда әрқашан сатуға арналған туристік өнім қоры болады, ал турагент тек тұтынушылардың туристік өнімді сатып алуға деген қызығушылығы туғанда ғана сатып алады.

Қызметті жабдықтаушылармен келісімшарт отыру

Топтағы адам саны және келу күні, қонақүй, авиалиния және басқа да қызметтер орындалған, белгіленген уақытта қызмет жабдықтаушылармен келісімшарт, контрактіге қол қойылады.

Қонақүй мекемелерімен келісімшарт жасау

Халықаралық тәжірибеде қонақүй мекемелері мен туроператор, турагент арасындағы қарым-қатынасты реттестіріп отыратын келісімшарт және құжаттар танымал болып табылады.

Олардың бірі – 1970 жылы Халықаралық қонақүй конференциясы мен дүниежүзілік туристік агент ассоциациясының феде-

рациясы құрған Қонақүй конвенциясы болды. Конвенция келісім шартқа отырушы екі жақтың міндеттерін, оның қолдану сферасын, қонақүй контрактілерінің түрлерін, оларды құрастырудың жалпы және жеке заңдарын, кезекпен төленетін комиссиялық төлемдердің көлемін, келісімшартты бұзу жағдайларын анықтайды. 1979 жылы Қонақүй конвенциясына бірнеше түзетулер енгізіліп, ол «Халықаралық қонақүй конвенциясы» атағына ие болды, және ол 1993 жылы туроператор мен қонақүй арасындағы қарым-қатынастың және қонақүй контрактілерін құрудың кодексі болды. Кодекс қонақүйге категория, отельдің орналасуы, қызмет көрсету деңгейі толық әрі анық ақпараттар беруге міндетті.

Онда турагент өз клиенттеріне келісімшарт бойынша белгіленген бағадан жоғары баға қоюға құқысы жоқ екенін анықтаған. Бұл сонымен қатар қонақүймен дәл осындай жағдайда жұмыс істейтін туроператорларға байланысты. Бірақ та турагент те, туроператор да, қонақүй де келісімшартта келісілген бағаны көрсетуіне болмайды.

Кез келген келісімшартта келесі жағдайларды қарастыру керек:

- Нөмірлер мен брондау бағасы;
- Нөмірлер түрі мен олардың қажетті саны;
- қызмет көрсету уақытының ұзақтығы (маусым);
- бос болатын кезеңі;
- туристердің келу тізімі;
- бірлік қызмет көрсетудің мерзімі мен ұзақтығы;
- кірістірілген қызметтер жиыны;
- тамақтану мекемелерінің формасы мен деңгейі – мысалы, қонақүйдегі мейрамханаларда тамақтар ұсыну (таңғы ас, жартылай пансион, толық пансион, швед үтелі, т.с.с.);
- туристерді тамақтандыру уақыты;
- демалыс уақытындағы арнайы жағдайлар (мысалы, мүгедектер үшін, вегетариандықтар үшін және қалалық жағажаймен қолдану т.б.);
- персоналдардың міндетті түрде сөйлеу керек тілдері;
- туристердің келуін нақтылайтын мерзім (брондау);
- айыппұлдың көлемі және бас тарту мерзімі;
- бірнеше адамға брондау және бірнеше рет брондау жүйесін қолданған адамдар үшін жеңілдіктер;

- брондалғаннан кейін одан бас тарту немесе демалысты соңына дейін өткізбеу, қонақүйге орналасудан бас тартқаны және т.б. үшін материалдық жауапкершілік;

- басқа да спецификалық мәселелер (мысалы, қонақүйдің саунасын, бильярдтарын және т.б. нөмір қорына кіруі немесе кірмеуі; бассейннің жұмыс істеу уақыты);

- сонымен қатар, қызметті жабдықтаушының беретін кепілдемесіне назар аударған маңызды (қонақүй уәде берген орналасуына уәде кепілдеме бере ме?).

Тамақтану мекемелерімен келісімшарт

Келісімшарттың бұл түрі жеке тамақтану мекемелерімен, егер де туристерді тамақтандыру орналастырудан бөлек болса және қонақүймен келісімге кірмейтін болған жағдайда орындалады. Тамақтану маршруттарда, тематикалық турларда (жолда тамақтану) және т.б. болуы мүмкін.

- Бұндай келісімшартта келесі жағдайлар ескерілуі керек:

- бір мезгілде қызмет көрсетіліп жатқан тур саны;

- тапсырыстардың жиілігі мен көлемі;

- тамақтану түрлері (швед үтелі, қызмет көрсету, т.б.)

- ас мәзірінің нұсқалары;

- әртүрлі рационды тағамдардың бағасы;

- үлкен көлемдегі клиенттерге және клиенттерді әрқашан қамтамасыз етуге жеңілдіктер;

- тамақтануға өтініш беру мерзімі;

- ешқандай айыппұлсыз тапсырыстан бас тарту мерзімінің шегі;

- тамақтану келісімшартында белгіленген уақыттан ерте бұзылған жағдайда материалдық жауапкершіліктің болуы.

Автокөліктік мекемелермен келісімшарт

Халықаралық қарым-қатынастағы туристерді тасымалдайтын автокөліктік ұйымдар 1982 жылы 26 мамырда Дублин қаласында қабылданған Еуропалық келісімшартпен реттеліп отырады.

Автокөліктік мекемелермен келісімшартқа отыру үшін келесі мәселелерді ескеру керек:

- туристерге қызмет көрсету үшін бөлінген көліктің маркасы;
- бағасы мен тарифтері;
- көліктің кестесі мен жұмыс істеу уақыты;
- автокөліктің бөлінуіне өтініш беру уақыты;
- ешқандай айыппұлсыз тапсырыстан бас тарту уақыты;
- автокөліктің қолданылу мерзімінің аяқталмауына туристік фирманың материалдық жауапкершілігі;
- туристердің кешігуі кезінде автокөліктердің күту уақытының максималды ұзақтығы;
- автокөліктердің кешігуіне немесе келісілмеген жағдайларда туристердің күту уақытының максималды ұзақтығы;
- туристердің, гидтердің, экскурсанттардың қызмет көрсетуші автокөліктерді қолданудағы негізгі міндеттері мен құқықтары;
- төмен бағалар мен жеңілдіктер.

Әуе компанияларымен келісімшарт

Әуе компанияларымен келісімшартқа отырудың үш түрі бар:

- жиі жүзеге асырылатын әуе рейстерінің орындарына квоталық келісім;
- агенттік келісім;
- чартер (ұшақты жалға алу).

Жиі жүзеге асырылатын әуе рейстерінің орындарына квоталық келісім. Оған келесілер кіреді:

- бару және келу бағытында белгіленген орынмен бірге қызмет турларының кестесі;
- әрбір топтағы туристер саны;
- әуе билеттеріне тапсырыс беру және сатып алу мерзімі;
- ешқандай айыппұлсыз билетке тапсырыс беруден бас тарту;
- сатып алынатын билеттердің тариф түрлері, жеңілдік тарифтері, жеңілдік тарифтерді жеткізу жағдайлары;
- квоталық орындарға төмен бағалар мен жеңілдіктер;
- сатып алынған, бірақ қолданылмаған билеттерді қайта қайтару уақыты және оған материалдық жауапкершіліктер.

Әуе компаниясымен агенттік келісім – бұл әуе билеттерін өткізу бойынша жұмыс, яғни туристік фирма әуе агенттігі ретінде әуе билеттерін сатуға мүмкіндік алады, ол билеттерді өзі шығарады және соған сәйкес компьютерлік жабдықтармен қамтылады

және сол әуе компаниясының брондау жүйесіне енгуге құқылы болады.

Бұл жағдайда әуе компаниясы сол туристік фирма ретінде қосымша орынға ие болады. Әуе компаниясы мен агенттік келісім барысында келесі жағдайларды да қарастырады:

- әуе билеттерін және олардың бланкілерін рәсімдеу үшін пайдаланылатын жабдықтарды кім және қандай жағдайларда жабдықтармен қамтамасыз етеді;

- осы құрал-жабдықтарды іске қосатын кадрларды дайындау мәселелері;

- сату көлемдері (көбінесе жеке көлемдер орнатылады) – бір айдағы билеттер саны, мысалы, 10/200 билеттен кем емес немесе сатылымнан түскен түсімдер бойынша (10-200 мың АҚШ долларына дейін және басқа әуе компанияларында көбірек);

- мүмкін болған сатылымдардың шегі (аймақтық немесе тұтынушылар сегменті бойынша);

- әуе билеттері қайсысының бағасымен сатылады – әуе компаниясының бағасымен немесе туристік агенттіктің бағасымен (көбінесе әуе компаниясының бағасымен);

- әуе билеттерінің сатылу бағасы және тарифтері;

- әуе билеттеріне ақша төлеудің шарттары – алдын ала төлем немесе сатылу өлшемінің төлемі (кейбір әуе компанияларында сток-агенттер үшін туристер тобына алдын ала төлем орнатылады);

- әуе билеттерін сатудағы комиссиялық сыйақының мөлшері (сатылған тарифтен 9% дейін);

- әуе компаниясына есеп берудің мерзімі және жиілігі, оның формасы құжаттық үлгіде болуы шарт;

- әуе компаниясының пайдасына банк кепілдігінің өлшемі немесе халықаралық әуе транспорты ассоциациясының (IATA) өлшемі (20 мың доллардан бастап);

- IATA-ға мүшелік.

Чартер (ұшақты жалдау). Чартерлік әуе тасымалдарын ұйымдастыру барысында тапсырыс беруші мен әуе компаниясы маршрутты анықтап, тараптардың міндеттерін келісіп, халықаралық ережелерге сай жалға берушілік келісіміне отырады және рейстің құнын анықтайды. Оның құрамына ұшақты жалдау, жанармай шығыны, экипаж жұмысы, әуежайдағы қызмет көрсету кіреді.

Кейін төмендегідей ерекшеленетін арнайы чартерлік келісім орнатылады:

ұшақтың түрі (маркасы), сатылымдағы орындар саны, ұшақты жалдаудың құны, ұшу және қону әуежайлары көрсетілген маршрут, келісімнің жарамдылық мерзімі (маусым, жыл және т.б.), әуе рейстерінің жүзеге асырылу жиілігі, әуе рейсін және соған сәйкес санкцияларды алу (жою) мерзімінің мүмкіндігі және шегі.

Теміржол мекемелерімен келісім

Тізбектік пойыздардағы орындардың бөлінуі туралы келісім ереже бойынша әуе компаниясымен орындар квотасына немесе ағымдық брондауға арналған аналогтық келісіммен жүзеге асырылады. Келісімнің ерекшеліктері онда арнайы туристік пойыздардың жалға берілуі болып табылады.

Арнайы туристік-экскурсиялық пойыздарды жалға алу келісімінің құрамына келесілер кіреді:

- саяхат барысындағы барлық станциялар көрсетілген маршрут;

- вагондардың және вагон-мейрамханалардың жалға алыну құны;

- маршруттың әрбір пунктінде күні және аялдау ұзақтығы көрсетілген мерзім;

- вагондардың саны, олардағы орындар, вагондардың жалға берілу құны;

- вагон-мейрамханалардың саны;

- бір адамға төсек орынды ауыстыру саны;

- маршруттың қашықтығы және жол жүру құны;

- саяхаттан бас тарту мерзімі (жөнелтілуге 20 күн қалғанға дейін);

- пойызда көрсетілетін қызметтер (шай өнімдері, купедегі таңғы ас, т.б.).

Қосымша және шектес қызмет көрсететін мекемелер

Негізгі туристік қызметтер: орналастыру; тамақтандыру; трансфертті қосқандағы көлік қызметтері; экскурсиялық қызметтер.

Қосымша туристік қызметтер: негізгі қызметтерге кірмейтін қосымша экскурсиялар; дене шынықтыру-сауықтыру қызметтері;

медициналық қызмет; мәдени іс-шаралар және т.б. Қосалқы туристік қызметтер: сувенирлермен қамтамасыз ету; сауда, ақша-несиелік, ақпараттық және басқа да қызметтер; арнайы байланыс түрлерінің қызметтері, жеке сейфтерді ұсыну және т.б.



21-сурет. Қызмет көрсету мекемелері

3. Туристерге қызмет көрсету операцияларының технологиялық жүйелілігі

Турды ұйымдастыруда тіркеудің маңызы туристер мен қызмет етуші персоналдардың қарым-қатынас барысында бір-біріне тек жағымды әсерлерінің болуына ғана байланысты емес, ол сонымен қатар туристердің қызметтер мен технологияларды ұсынудың психологиялық аспектілеріне байланысты болады.

Қонақжайлылық туристік өнімнің маңызды бөлігі ретінде танылды. Бұнсыз кез келген туристік өнім мүлдем танылмайды және турист өзі күткен қанағаттандыру деңгейін ала алмайды. Туризм индустриясындағы қонақжайлылық – бұл кәсіби талап, бұл адамдарға олар үшін қуанышты екенінді сездірте білу өнері. Қонақжайлылық персоналдың адамгершілігінен, құрметінен, кішіпейілділігінен көрінеді. Бұл түсінік көптеген факторлардың қосындысынан тұрады:

- туристер күткен таным және ойын-сауық, демалу мүмкіндігінің жергілікті және аймақтық нарықтары туралы сапалы ақпарат беру;

- потенциалды тұтынушыларға қызмет көрсететін мекемелерге жағымды бейнелер құру (жарнама, туризмге бағытталған телебағдарламаларға қатысу, қайырымдылық қызметі және т.б.);

- туристердің назарын аудару үшін қызмет көрсетуші персоналдың ұмтылысы («бәрі де клиент үшін» қағидасымен қызмет көрсету);

- клиенттердің өтініші және талап-тілектері бойынша ұсынылатын туристік өнімге баса назар аудару («біз сіз үшін тағы не істей аламыз?») қағидасы бойынша);

- туристерге ұсынылған қызметті алу барысында жеңілдетілген бағыттарды көрсетуге қамқорлық жасау (фирманың ішкі ақпараты, объектілер туралы жолбасшы-анықтамалық кітаптар, туриске түсінікті тілдегі буклеттер және т.б.);

- туристермен қызмет көрсету қағидасына кіруге тиісті, барынша жақсы қарым-қатынаста болу.

Сондай-ақ турдың технологиялық ерекшеліктерін ескеру де маңызды болып табылады. Ол саяхат орнымен, қызмет көрсетудің спецификасымен, сондай-ақ клиенттің талабымен байланысты болуы мүмкін. Кез келген нақты маршрутта өзінің спецификасы болады. Тур барысында туристерге қызмет көрсету технологиясы бойынша жалпы ұсынылымдар да кездеседі:

- ұсынылатын қызметтердің төленген сомаға сәйкес болуы;

- турдың сатылуы барысында қызмет көрсету деңгейінің жарнамаға сәйкес болуы;

- мазмұны бойынша турлардың мақсаттық бағыттары;

- қызметтерді нақты және өз уақытында ұсыну;

- қызмет көрсету бағдарламаларының қолайлылығы;

- қызмет көрсетудің анимациясы.

Туристерге қызмет көрсетудегі стратегиялық бағытқа қызмет көрсетудің мәдениеті, ақпараттылық және бағдарламаның қанықтылығы, сервистің қайталанбастығы және т.с.с. жатады.

Барлық аталған ұстанымдар қызмет көрсетудің технологиясында біріктірілуі тиіс. Турды ұйымдастыру технологиясында қызмет көрсетуші персонал мен туристің арасындағы қарым-қатынас, турист қабылдаған психологиялық аспектілер маңызды болып табылады. Бұл дегеніміз – алғашқы жоспарда туристің жеке қызығушылықтары тұруға тиіс деген сөз.

Осыған байланысты халықаралық туризмде туристке келесі белгілермен әсер ету әдетке айналған:

- әрбір туристке сәлемдік кәдесыйларға;
- тур аяқталған кезде туристерге арнайы дайындалған дипломдарды, мадақтамаларды, маршруттың өтілгендігі туралы белгілерді беру;

- демалыс орны туралы жарнамалық үндеулер, буклеттер, жолсілтемелер және анықтамалар туристерге қолжетімді болуы тиіс;

- демалыстың алғашқы күнінде туристерді гидпен таныстырып, жоспарланған және қосымша қызметтер бойынша ақпарат беру. Бұндай кездесулерде бейне ақпаратты пайдаланған жақсы.

Бұның барлығы өте қонақжай көрінеді, демек турист үшін де тартымды болады.

Қызмет көрсетудің қолайлылығы – қонақжайлылыққа тікелей әсер ететін тұтынушылық маңызды қасиет болып табылады. Ол келесілерден тұрады:

- барлық қызмет түрлерінің бірегей қызмет көрсету деңгейіне сәйкес болуы;

- турдың тақырыбына қызметтердің сәйкестілігі;
- мтурдың анықталған топтық тұтынушыларға бағытталуы;
- қызмет көрсету бағдарламаларының өз уақытында өтуі;
- бағдарламалардың икемділігі (осы немесе келесі қызметтерді ауыстыру мүмкіндіктері);

- ұсынылатын қызметтердің көлеміне байланысты қызметтердің рационалды мазмұны;

- қызмет көрсетудегі беталыстылықтың жоқтығы (қызметтердің қайталанбастығы).

Барлық аталған ұстанымдарды туристік өнім жасау барысында есепке алу керек. Дұрыс емес жасалған өнім сұранысқа ие болмай қоймай, сондай-ақ мекемені әлеуетті және тұрақты клиенттерінен айыруға қабілетті екенін есте сақтаған жөн.

Сондай-ақ туристік өнімді сату процесі де маңызды фактор болып табылады. Қызмет көрсету процесі және турөнімді сату - бір-бірімен өзара байланысты жағдайлар. Біз клиентке тауарды сату барысында қаншалықты сапалы қызмет көрсетсек, оның келесі жолы дәл осы тауарды сатып алуға келуі соншалықты болады.

4. Туризм ортасындағы туристік кәсіпорындар мен қызмет көрсететін адамдарға өндірістік жабдықтармен қамтамасыз ету

Туристік мекеменің персоналы келесі талаптарға сай болуы тиіс:

- туризм саласындағы негізгі заңдық құжаттарды және туристік қызметті тұтынушылар туралы заңды білуге тиіс;

- туризм саласындағы халықаралық құжаттар, халықаралық стандарттардың жүйесі;

- туристік маршруттың қауіпсіздігіне қойылатын талаптардың нормативтік құжаттары;

- жұмысқа сәйкес шет тілдерін білуі;

- басқару әдістерін білуі, педагогикалық және психологиялық негіздерді білуі, жұмысты ұйымдастыра білу қасиеті, қажетті жағдайларды дұрыс әрі нақты шешім қабылдай білуі, сондай-ақ жұмыстағы әріптестерімен кооперацияға дайындығы;

- клиент қойған сұраққа дәл және нақты жауап беру;

- тұтынушы үшін қажетті ақпараттармен қамтылуы;

- өзінің біліктілігін курстарға, семинарларға қатысу арқылы жоғарылату, жарнама-ақпараттық турларға баруы;

- өзінің қызметтік міндеттерін білуі;

- клиентурамен жұмыс;

- іс жүргізу (өзінің еңбегін ғылыми негізде ұйымдастыра білуі, компьютер әдістерін білуі, туристік салада қолданылатын ақпараттарды сақтау және өңдеу);

- кеңселік оргтехниканы пайдалану (телефон, факс, көшірме, персоналды компьютерлер);

- іскерлік хат-хабарды иелену;

- мамандандырылған анықтағыш әдебиеттерді пайдалану;

- клиенттерге ақпараттарды ұсыну;

- туристік өнімді қалыптастыру;

- турпакетті рәсімдеу;

- қызметтерді рәсімдеу және растау, брондау;

- маркетинг және жарнама;

- турөнімнің сатылуы.

Мекемедегі әріптестер жұмысының спецификасы мынадан байқалады, яғни, жұмыстың нәтижесі өнім емес, қызмет болып табылады. Туризм мекемелерінің және қонақүй шаруашылығының

жұмысшылары өздерінің өндірістік-пайдаланушылық қызметтерінде әртүрлі қызмет түрлерін жасайды және ұсынады. Қызмет көрсету процесі ерекше айқындылықты және жұмысты жоғары дәрежеде ұйымдастыруды талап етеді. Себебі, клиенттің қажеттілігін максималды деңгейде қанағаттандыру үшін қызмет көрсетудің мәдени деңгейінің жоғары болуы маңызды болып табылады. Туристік қызмет көрсетудегі ең негізгі ескеретін жағдай – тұтынушымен байланыс болып табылады. Осының арқасында қызметті ұсыну және өндіріс процесі дәл уақытында түйіседі, ал клиенттер оған тікелей куәгер болады. Мұнда туристік индустрия мекемесінің персоналына жоғары жеке және кәсіби талаптар қойылады.

Біліктілік деңгей адамның белгілі бір мәселені нақты орындаудағы еңбек процесінде пайдаланылатын физикалық және ақыл-ойлық қабілеттерімен сипатталады.

Персоналдың біліктілік деңгейі оның білімділігі, кәсіби біліктілігі, ақылы, әдеттері және т.б. қасиеттері арқылы көрінеді. Туристік индустрия мекемесінің персоналы үшін қызметтегі сәйкестіктің болмауы манипуляция және операцияларды жүзеге асыру барысында өте үлкен қателіктерге соқтырады.

Туризм мекемелерінің және қонақүй шаруашылығының (менеджерлер) басқарушы персоналдары үшін арнайы сипаттағы кәсіби талаптар қойылады: басқарушылық жұмыстың табиғатын түсіну, менеджмент үдерістері, менеджердің қызметтік міндеттерін білуі, алға қойылған мақсаттарға жету жолдары, мекеме жұмысының тиімділігін жоғарылату, қазіргі заманғы ақпараттық технологияларды пайдалана білуі, адами ресурстарды басқару өнері және сыртқы байланыстар, өзін-өзі бағалау қабілеті, дұрыс қорытынды жасай білуі және үнемі біліктілігін жоғарылатып отыруы.

Туристік индустрия мекемелерінің персоналына қойылатын негізгі талаптар:

1. Туристік қызмет субъектінде арнайы туристік білімі және 3 жылдық жұмыс стажы бар 30%-дан кем емес мамандар болуы керек.

2. Туристік қызмет субъектісінің немесе туристік бөлімшенің басқарушысы (менеджер) жоғарғы білімді болуға тиіс, сондай-ақ арнайы туристік білімі немесе 3 жылдан кем емес жұмыс тәжірибесі болуға тиіс.

3. Туристік қызмет субъектiсiнде еңбек келiсiмi (оларды жұмысшылармен келiскен жағдайда), бiлiмi туралы немесе кәсiби даярлығы туралы құжаттар (көшiрмелерi), жұмысшылардың еңбек кiтапшасы сақталуға тиiс.

4. Туристік қызмет субъектiсi гид-аудармашыларды және экскурсоводтарды олардың құжаттары негiзiнде шет елдiк туристермен жұмыс жасауға тарта алады. Келтiрiлген құжаттардың көшiрмелерi туристік қызмет субъектiсiнде сақталуға тиiс.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. *Биржаков М. Б.* «Введение в туризм», М.: Невский фонд, 2006
2. *Гуляев В. Г.* «Организация туристской деятельности», М.: Нолидж, 2006
3. Қазақстан сайты www.stat.kz

Тақырып бойынша теориялық бiлiмдi тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердiң өзiндiк жұмысын орындайтын тапсырмалар:

Репродуктивтi деңгей:

- 1) Қызметтi жабдықтаушыларға жататын ұйымдар мен мекемелердi атаңыз.
- 2) Тұтынушылардың әртүрлi сегментi бойынша дайындалған қызмет көрсету бағдарламаларына және қызметтi жабдықтаушылардың сәйкестiлiгiне мысалдар келтiрiңiз.
- 3) «Турагент» және «туроператор» терминдерi туристік фирма немесе компанияның кәсiпкерлiк бағытын анықтайды. Бұл терминдер ненi бiлдiредi?
- 4) Туроператор мен турагенттiң негiзгi айырмашылығы неде?
- 5) Қызметтi жабдықтаушылар мен келiсiмшартқа отыру ненi бiлдiредi?
- 6) Қосылма қонақжайлылықты атаңыз.
- 7) Туристерге тур барысында қызмет көрсету терминологиясы бойынша жалпы ұсынылымдарын атап өтiңiз.
- 8) Туристік мекеменiң персоналы қандай талаптарға сай болуы керек?
- 9) Туристік индустрия мекемесiнiң персоналына қойылатын негiзгi талаптарды атаңыз.

Репродуктивтi-тәжiрибелiк деңгей:

- 1) Туристік нарықта туристік мекемелердi туристік агенттiктерге және туристік операторларға бөлуге болады. Оларды салыстырмалы түрде талдаңыз.
- 2) Қызмет көрсету бағдарламаларына келтiрiлген әртүрлi мысалдарға

сүйене отырып, Астана аумағында (Алматы, Бурабай және т.б.) жұмыс жасайтын қызметті жабдықтаушылар үшін ұқсастық классификациясын құрыңыз.

3) Туристерге қызмет көрсету технологиясы бойынша басшылық ретінде қысқаша жарнама құрыңыз.

Шығармашылық деңгей:

1) Қазақстанның қазіргі заманғы туризм нарығындағы туристік мекемелері

(Республика аумағында табысты жұмыс жасап жатқан көшбасшы турагенттіктер мен туроператорларды сипаттау).

2) Қазақстан аймағындағы туризм инфрақұрылымын дамыту үшін турагенттіктер мен туроператорлардың мүмкіндіктерін талдау.

3) Қазақстан халықаралық нарықта туризм индустриясы бола алады ма? Әлемнің түкпір-түкпірінен туристерді елімізге қалай тартуға болады? Еліміздегі туризм инфрақұрылымының дамуына не кедергі жасайды?

4) Еліміз туризмді дамыту үшін қандай мүмкіндіктерге ие?

5) Біздің еліміздегі туризм инфрақұрылымының даму потенциалын анықтаңыз, сіз туристерге қандай қызықты турларды ұсына аласыз? Туристердің қандай категориялары үшін?

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Кәсіпорын - туристік қызметті жабдықтаушы

Мақсаты: Туристік қызметті жабдықтаушыларға жататын мекемелердің ерешеліктерін білу, «туризм инфрақұрылымы» түсінігінің мәнін ашу.

1. Туристік қызметті жабдықтаушылардың сипаттамасы

2. Туризм инфрақұрылымының дамуындағы туристік мекемелер мен туристік ұйымдардың рөлі.

3. Арнайы, қосымша және қосалқы қызмет көрсететін мекемелер.

4. Туристерге қызмет көрсетудегі технологиялық операциялардың тізбегі.

5. Туристік мекемелерді және туризм саласында қызмет көрсетуші персоналды өндірістік жабдықтауды қамсыздандыру.

Әдістемелік нұсқаулар:

Тақырыптағы материалды толық меңгеру және тапсырмаларды дұрыс орындау үшін «турагенттік» және «туроператор» сияқты жабдықтаушыларды ажырата білу керек, сондай-ақ туристік қызметті жабдықтаушылармен келісімшартқа отырған кездегі заңдық тараптарды білу керек, қосалқы қонақжайлылықты, клиенттерге қызмет көрсету технологиясын, туристік мекеме персоналына қойылатын негізгі талаптарды меңгеру шарт.

IV б ө л і м.

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ ДАМУЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

13-тақырып. Қазақстанда туризм инфрақұрылымы дамуының болашағы және мәселелері

Мақсаты: Туризм индустриясының даму перспективаларымен мәселелерін талқылау, зерттеу.

Жоспар:

1. Туристік қозғалысты басқару.
2. Туристік инфрақұрылым дамуын мемлекеттік және салалық жоспарлау.
3. Ұлттық туристік әкімшіліктер қызметі.
4. Туризм саласында қатынасты реттейтін негізгі үкіметті функциялар: туристік қызметті бақылау және тепе-теңдігін сақтау, оның дамуы, мемлекеттік деңгейде маркетингтік зерттеулер, жоспарлау, құқықтық сұрақтар, қаржыландыру.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: туристік қозғалыс, туристік қызмет туралы заңдар, туризм инфрақұрылымы, туристік фирма, компания, маркетингтік зерттеулер, бюджет, рекреация.

1. Туристік қозғалысты басқару

Халықаралық туристік ұйымның ресми қабылдауында 1975 жылы Дүниежүзілік туристік ұйым болып бекітілді.

ЭКОСОС-тың келісімімен БҰҰ басты ассамблеясында ДТҰ үкіметаралық ұйым болып бекітілді.

Орналасқан жері – Мадрид (Испания).

ДТҰ-ның негізгі мақсаттары болып саналады:

- тіліне, дініне, жынысына, нәсіліне қарамастан құқықтарының сақталуын қадағалау және құрметтеу, жағдайы жақсаруын, бейбітшілікте болу үшін халықаралық қарым-қатынасты қамта-

масыз ету және экономикалық даму құралы ретінде туризмді қолдау;

- дамушы елдердің туризм саласы бойынша қызығушылықтарын бақылау.

ЮНДТҰ-ның барлық мүшелері 3 топқа бөлінген:

- нақты мүшелері (зайырлы мемлекеттер);
- ассоциациялық мүшелер;
- қосылған мүшелер;

Ассоциациялық мүшелер ЮНДТҰ-ның кез келгенінің мемлекеттік территориясы немесе топтар территориясы болуы мүмкін, олар өзінің ішкі саясатына өзіндік жауапкершіліксіз, ал қосылған мүшелер ЮНДТҰ-ның кез келген үкіметаралық немесе мемлекеттік емес ұйымдар, әсер етуші ұйымдар, туризмге қызығушылықты ұсыну, сонымен қатар коммерциялық ұйымдар және бірігулер, ДТҰ-ның толыққанды немесе қарым-қатынас қызметтері (Мысалы, автокомпания, қонақүй, банктер, зерттеушілік институттар, баспа топтары және т.б.)

ЮНДТҰ құрамы келесідей:

- басты ассамблея;
- атқарушы кеңес;
- хатшылық.

Бас ассамблея, ЮНДТҰ -ның жоғарғы органы нақты өкілеттен тұратын мүшелер. Кезекті жиналу сессиясы екі жылда бір рет, ал ерекше жағдайларда кезектен тыс сессия ұйымдастырылуы мүмкін.

ЮНДТҰ-ның мүшелер комиссиясы алты регионға бөлінген – мемлекет: Африка, Америка, Шығыс Азия және Тынық мұхит, Еуропа, Таяу және Орталық шығыс, Оңтүстік Азия.

Атқарушы кеңес бас ассамблеяның теңдік географиялық өкілеттілікті сақтай отырып сайланады, бес негізгі мүшеге кеңестің бір мүшесі тура келеді. Испания ЮНДТҰ орналасқан мемлекет ретінде кеңес мүшесіне кіреді. Сонымен қатар кеңеске дауыс беру құқығы жоқ, бірлескен және қосылған мүшелерден бір-бір өкілден кіреді. Атқарушы кеңестің кепілдемесіне сүйене отыра, бас ассамблея қайта сайлану мүмкіндігімен төрт жылға сайланады. Ол ЮНДТҰ-ның заңды өкілі болып табылады және өзінің жұмысында орынбасары мен жалпы сұрақтар бойынша координатордың көмегіне сүйенеді.

Бас ассамблея хатшысы мен кеңестің алдында жауапты, екі органында жарғыларын орындайды, кеңеске ЮНДТҰ-ның қызметі туралы баяндайды, сондай-ақ бюджет және жоба бағдарламаларын орындайды. Бас хатшы секретарь бірлескен және қосылған мүшелермен қарым-қатынасты қолдауға тапсырған жергілікті өкілдерді тағайындайды.

ЮНДТҰ туризм сұрақтары бойынша декларация қабылдаған. Олардың ішінде:

- туризм және әлем туралы Манила декларациясы (1980 жыл);
- Акапулька құжаты (1982 жыл);
- туризм Хартиясы және туристің мінез-құлық кодексі (1985 жыл);
- туризм жөніндегі Гаага декларациясы (1989 жыл).

Бас ассамблея екі жыл сайын ЮНДТҰ-ның қызметінің бағдарламасын қабылдайды. ЮНДТҰ жинақтайды және ақпараттың мәлімет банкіні ұсынады.

2. Туристік инфрақұрылым дамуын мемлекеттік және салалық жоспарлау

Жер бетінің түпкір-түпкірінде туристік қызметті мемлекеттік және басқару ұйымдары жағынан әртүрлі деңгейде қолдаумен қамтамасыз етіледі. Ауқымды қарама-қарсылықты табу үшін әртүрлі мемлекеттегі туристік инфрақұрылымның даму жоспарын құрастырып көрейік!

Туристік қызметтен табысының басым бөлігін алатын елдердің туристік инфрақұрылымының дамуы, сол мемлекеттегі туризмнен түсетін пайдаға сәйкес деңгейде орналасқан (сол мемлекеттерге мынадай таулы елдер жатады: Швецария, Австрия т.б.; кішкене аралдық мемлекеттер: Бериз, Барбодос, Гваделупе т.б.). Бұл факторды былай түсіндіруге болады, негізгі табыс көзі - туризм және туристік инфрақұрылымның дамуы, көп елдер ең алдымен өздерінің пайдасын көздейді. Келесі мемлекеттер тобына туристік инфрақұрылымның даму негізінен жетілдірудің орта этабында орналасқан және туристік қызметтен басқа өз бюджетін толтыра алатын басымды қайнар көзіне ие мемлекеттер. Олар - Италия, Испания, АҚШ және т.б. мемлекет тарабымен туристік салаға өз уақытында назар аударған және олар ол салада берік артықшылығы бар, қосарлы дамиды жан-жақты экономикаға ие мемлекеттік қазынаға жақсы пайда әкелетін елдер.

Үшінші топқа туристік қызметте тұрған көптеген мемлекеттер жатады. Осы категорияға біздің мемлекетімізді жатқызуға болады және коммунистік жүйе құлаған соң пайда болған көптеген мемлекеттер жатады. Осы жерде туристік қызметке қажетті назар аударады, бірақ жылдар бойы құрылған экономикалық басқа нұсқалар әсер етеді.

3. Ұлттық туристік әкімшіліктер қызметі

Туристердің назарын отандық нарыққа аударту үшін ең басты көрсеткіш өнімнің сапасы мен бағасында болу керек. Өнімнің сапасы мен бағасының сәйкестігі - отандық туристік кәсіпорындардың басты сегменті, біздің азаматтарымызға қажетті ақпаратты жеткізе білу болып табылады. Шетелде демалуға ұсыныстар ағымы басым болады. Себебі, оларға төмен бағаға жоғарғы деңгейдегі қызмет ұсынған. Отандық туристік ұйымдардың көрсететін қызметтерінің сапасы мен бағасы сәйкес болу үшін бәрінен бұрын материалдық-техникалық базаны жаңалау мен жетілдіру қажет. Қазіргі таңда туристік бизнестің, отандық кәсіпорындардың деңгейі өздерін жаңаландыруға, қайта қалпына келтіруге, кеңейтуге толық қаржыландыру мүмкін емес екендігін көрсетеді. Осы жағдайда мемлекет тарапынан қаржылық көмектің өте қажет екені білінеді. Қаржылай көмек көрсету арқылы мынаған ие болады:

- қаржының тез қайтуы (4-8 жыл);
- шикізатты жұмсамай ұлттық табысты көбейту;
- халықтың жұмыспен қамтылуының жоғарылауы;
- валюта ағымының көбеюі.

4. Туризм саласында қатынасты реттейтін негізгі үкіметті функциялар: туристік қызметті бақылау және тепе-теңдігін сақтау, оның дамуы, мемлекеттік деңгейде маркетингтік зерттеулер, жоспарлау, құқықтық сұрақтар, қаржыландыру

Мемлекеттің туристерді қолдауда ұсынған негізгі шаралары:

1. Туризм сферасының жөндеу жұмыстарына шетелден әкелінетін құрал-жабдықтары мен құрылыс материалдарына төленетін баж салығынан босатылуы.

2. Капиталдық салым көлеміне байланысты туристік санаториялық саласының материалдық базасын инвестициялаудағы федеральді салықтардан жартылай немесе толық босатылуы.

3. Туристердің материалдық-техникалық базасын жетілдіру мен дамуына жеңіл несиелер беріледі, (7-10% жылдық) төлемдерді 2-ден -10 жылға дейін кешіктіру.

Осы жағдайда мемлекетте туристік фирмалар ұтады. Себебі, халықаралық туризм әлемдегі ең пайдалы бизнес болып қала береді. Тағы басқа шаруашылық қызметінің саласы сияқты туризм индустриясы да күрделі жүйе болып табылады. Даму деңгейі елдің экономикасының дамуына тәуелді болады. Қазіргі таңда өндіріс дамыған елдерде 60% астам шетелдік туристерді қабылдау және 70-75% әлемдегі жасалатын сапаны құрайды. Еуропалық Одаққа кіретін елдерге 40% туристік кірісімдер және валюталық түсімдер құрайды.

Қазақстанда туризм - дамып келе жатқан сала. Барлық туристік қызметтің барлық саласында мемлекеттік құрылым негізінде, сонымен қатар жаңадан пайда болған турбизнесінің жұмысының жаңа формаларын іздеу, ұсыныс сферасының кеңейуі, мамандандырудың тереңдеуі жүріп жатыр. Қазақстандық турфирмалар ұсынған қызметтердің сапасы мен бағасын қоярда көптеген жұмыс атқаруға тура келеді. Соларға көмек ретінде ҚР-ның туристік қызметінің негіздері туралы заңы және басқа нормативтік актілер, “халықаралық туристік қызметтің лицензиялануы туралы” қаулы қабылданды.

Пайдаланылған әдебиеттер:

<http://dreamvouage.ru>

<http://www.skitalets.ru>

<http://www.sportall.ru/catalog>

www.gorsuv.ru

<http://reklama.rezultat.com>

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өзіндік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

Репродуктивтік деңгей:

Туристік объектінің мінездемесі

Туристік объектінің рөлі

Туристік инфрақұрылымның мағынасын айтыңыз

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

- 1) Туристік саланың даму мағынасын ойланыңыз және айтыңыз
- 2) ДТҮ-ның туризмдегі рөлін айтыңыз
- 3) Туризмнің адамдар өміріндегі маңызы

Шығармашылық деңгей:

- 1) «Туризм инфрақұрылымы» тақырыбына сөзжұмбақ жасау
- 2) «Туристік қозғалысты басқару» тақырыбына эссе жазу
- 3) Қазақстандағы туризм инфрақұрылымына SWOT-талдау жасау

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Қазақстанда туризм инфрақұрылымы дамуының болашағы және мәселелері

Мақсаты: Туризм индустриясының даму перспективалық мәселелерімен танысып талқыға салу. Студенттердің өз ойын білу.

14-тақырып. Туризм инфрақұрылымының дамуының құқықтық негіздері

Мақсаты: Туризм инфрақұрылымының дамуының құқықтық негіздерін, мәнін қарау және ашу

Жоспар:

1. Туризм инфрақұрылымындағы дамудың нормативтік-заң базасы.
2. Туристік инфрақұрылым дамуындағы жұмыс атқарушы биліктің жергілікті органдардағы рөлі.
3. Қазақстанда туризм инфрақұрылымының қажетті даму жағдайлары және бұл процессті тежеуіш факторлар.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: Нормалық заң шығарушылық база, туризм инфрақұрылымы, атқарушы билік, туристік индустрия, туристік имиджі, мемлекеттік бақылау.

1. Туризм инфрақұрылымдағы дамудың нормативтік-заң базасы

Туристің құқықтары мен міндеттері, туристің қауіпсіздігін қамтамасыз ету, туристік қызмет туралы заңында келесі анықтама берілген:

Туристің құқықтары

Транзитті қоса алғанда, саяхатқа әзірленген, саяхат жасаған кезде туристің:

1) өзінің жеке басына немесе мүліктің қауіпсіздігіне қол сұғылған жағдайда консулдық, дипломатиялық, өзге де мемлекеттік, сондай-ақ туристік өкілдіктерге өтінішпен жүгінуге;

2) уақытша болатын елге (жерге) бару, сондай-ақ уақытша болған елден (жерден) шығу және сонда болу ережелері туралы, жергілікті халықтың әдет-ғұрпы туралы, діни-салт, қасиетті орындар, табиғи, тарихи, мәдени ескерткіштер және туристерге көрсетілетін, ерекше қорғаудағы басқа да объектілер, қоршаған ортаның жай-күйі туралы қажетті және дұрыс ақпарат алуға;

3) еркін жүріп-тұруға, уақытша болатын елде (жерде) қабылданған шектеу шараларын ескере отырып, туристік қорларға еркін қол жеткізуге;

4) туроператор немесе турагент туристік қызмет көрсету шартын орындамаған жағдайда келтірілген залал мен моральдық зиянның Қазақстан Республикасының заңдарында белгіленген тәртіпшен өтеуіне;

5) шұғыл медициналық жәрдем алуға;

6) шетелдік туристердің құқықтық көмек және көмектің өзге де түрін алуына, Қазақстан Республикасының мемлекеттік билік органдардың жәрдемдесуіне;

7) туристердің қолда бар байланыс құралдарына кедергісіз қол жеткізуіне құқығы бар.

Туристердің өзге де құқықтары болатын елдің (жердің) заңдарымен айқындалады.

Туристің міндеттері

Саяхат жасаған кезде, транзитті қоса алғанда, турист:

1) уақытша болатын елдің (жердің) заңдарын сақтауға;

2) уақытша болатын елдегі (жердегі) қоршаған ортаны сақтауға, табиғи, тарихи және мәдени ескерткіштерге ұқыпты қарауға;

3) уақытша болатын елге (жерге) келу және онда болу, сон-

дай-ақ уақытша болатын елден (жерден) кету ережелерін және транзитті жүріп өтетін елдердегі ережелерді сақтауға;

4) саяхат кезінде жеке өзінің қауіпсіздігі ережелерін сақтауға міндетті.

Туристің өзге де міндеттері болатын елдің (жердің) заңдарымен айқындалады.

Туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету

1) Қазақстан Республикасының аумағында туристердің қауіпсіздігіне Қазақстан Республикасы кепілдік береді. Қазақстан Республикасы Қазақстан Республикасының турист-азаматтарына оның шегінен тыс жерлерде қорғау және оларға қамқорлық жасау кепілдігін береді.

2) Туристердің қауіпсіздігі деп туристердің жеке қауіпсіздігі, олардың мүлкінің сақталуы және саяхат кезінде қоршаған ортаға залал келтірмеуі, сондай-ақ туризмді заңсыз көші-қон мен үшінші елдерге транзит, азаматтарды сексуалдық, еңбек және өзге де мақсаттарда пайдалануға жол бермеуге бағытталған шаралар кешені түсініледі.

3) Уәкілетті орган тuroпeрaтopлapды, тyрaгeнттepді және туристерді уақытша болатын елдегі (жердегі) ықтимал қауіптер туралы хабардар етеді.

4) Тuroпeрaтopлap мeн тyрaгeнттep тyрискe саяхаттың ерекшеліктері туралы, сондай-ақ саяхат жасаған кезде оларға кездесуі мүмкін қауіптер туралы толық мәлімет беруге және туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуге бағытталған алдын алу шараларын жүзеге асыруға міндетті.

5) Тuroпeрaтopлap мeн тyрaгeнттep атқарушы органдар мен мүдделі адамдарға саяхат кезінде туристер душар болған төтенше жағдайлар туралы, сондай-ақ саяхаттан қайтпай қалған туристер туралы дереу хабарлауға міндетті.

6) Өзі уақытша болатын елге (жерге) саяхат жасағысы келетін туристер халықаралық медицина талаптарына сәйкес профилактикадан өтуге міндетті.

7) Қазақстан Республикасының аумағында қасіретке душар болған туристерге қажетті көмекті Қазақстан Республикасының Үкіметі белгілеген мамандандырылған қызметтер жүзеге асырады.

8) Уәкілетті орган мүдделі министрліктермен және басқа да атқарушы органдармен бірлесіп, туристерді қорғау және олардың қауіпсіздігін қамтамасыз ету бағдарламасын әзірлеп, оның орындалуын ұйымдастырады.

9) Облыстық (республикалық маңызы бар қалалық, астана-лық) атқарушы орган туристерді қорғаудың және олардың қауіпсіздігін қамтамасыз етудің аймақтық бағдарламасын әзірлеп, оның орындалуын ұйымдастырады.

Туристік қызметті жүзеге асыру кезіндегі сақтандыру

1) Халықаралық шарттарда, уақытша болатын елдің (жердің) заңдарында көзделген реттерде, туроператор немесе турагент, турист өмірі мен денсаулығын сақтандыру туралы куәлікті табыс еткен жағдайда шетелге шығу көзделетін туристік жолдаманы сағатады.

2) Сақтандыру шартында туристке медициналық көмек көрсету ақысы және сақтандыру жағдайы уақытша болатын елде (жерде) туындаған кезде олардың шығынының орнын толтыру көзделуге тиіс.

3) Қазақстан Республикасының Үкіметі Қазақстан Республикасының аумағына келетін туристерге өмірі мен денсаулығын сақтандыру туралы куәлігі болуы жөнінде талап белгілеуге құқылы.

4) Туроператор мен турагент туристік қызмет көрсетуге жасалған шарттардан туындайтын азаматтық-құқықтық жауапкершілікті сақтандыруға міндетті.

Туризм инфрақұрылымы

31-кесте. Аудан бойынша орналастыру объектілерінің саны

Аймақтар	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Маусым	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Маусым	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан
Қазақстан Республикасы	414	438	451	469	491	518	528	528
Ақмола	22	26	27	31	33	36	37	38
Ақтөбе	21	21	21	22	20	23	23	21

Алматы	14	18	18	18	25	33	33	33
Атырау	23	25	25	29	30	30	31	31
Шығыс Қазақстан	56	61	66	67	65	67	69	70
Атырау	2	2	4	7	10	11	12	12
Шығыс Қазақстан	42	60	83	84	43	81	132	135
Жамбыл	10	24	25	28	28	30	30	31
Батыс Қазақстан	7	14	15	15	10	14	14	15
Қарағанды	29	36	40	41	35	42	48	49
Қостанай	24	24	24	28	27	29	34	34
Қызылорда	12	16	17	21	20	20	21	21
Маңғыстау	5	5	5	5	7	7	7	7
Павлодар	17	19	21	21	17	17	17	17
Солтүстік Қазақстан	9	11	16	16	13	14	14	14
Оңтүстік Қазақстан	18	21	28	29	31	31	33	34
Астана қаласы	35	39	45	47	46	47	48	48
Алматы қаласы	15	18	18	21	13	15	15	17

32-кесте. Келушілер және қызмет көрсетушілер саны

Аймақтар	2007 жыл				2008 жыл			
	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Маусым	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Маусым	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан
Қазақстан Республикасы	373864	835623	1371665	1964907	416066	877621	1353372	1801087
Ақмола	10038	24615	51740	69016	10711	24462	43294	55742
Ақтөбе	11990	25887	39718	53973	10983	23677	36990	49050
Алматы	7162	19237	32945	40827	10043	26394	49920	59177
Атырау	11651	58291	109467	187324	53693	96902	159325	234632
Шығыс Қазақстан	34969	92342	165145	199464	21876	53629	99252	126897
Жамбыл	6958	20645	30820	45407	6950	16234	25916	33448
Батыс Қазақстан	8309	18930	32604	44970	9202	18972	28391	38049
Қарағанды	19314	43748	78008	101420	19730	44890	76955	99886
Қостанай	7563	15749	23437	30613	7750	16852	24444	33062

Қызылорда	4159	7777	12024	17784	3808	7914	11236	14153
Маңғыстау	20229	43525	70898	98603	21467	48617	79295	118298
Павлодар	24128	42451	75983	98350	15093	40240	67152	76896
Солтүстік Қазақстан	3062	6550	9995	13376	5536	12400	20056	26806
Оңтүстік Қазақстан	17795	38434	59089	77174	11971	27279	42890	57908
Астана қаласы	73103	143488	227284	333147	102066	202359	260756	328545
Алматы қаласы	113434	233954	352508	553459	105187	216800	327500	448539

33-кесте. Аудан объектілерінің қызмет етушілер саны

Аймақтар	2007 жыл				2008 жыл			
	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Маусым	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан
Қазақстан Республикасы	373864	835623	1371665	1964907	416066	877621	1353372	1801087
Ақмола	10038	24615	51740	69016	10711	24462	43294	55742
Ақтөбе	11990	25887	39718	53973	10983	23677	36990	49050
Алматы	7162	19237	32945	40827	10043	26394	49920	59177
Атырау	11651	58291	109467	187324	53693	96902	159325	234632
Шығыс Қазақстан	34969	92342	165145	199464	21876	53629	99252	126897
Жамбыл	6958	20645	30820	45407	6950	16234	25916	33448
Батыс Қазақстан	8309	18930	32604	44970	9202	18972	28391	38049
Қарағанды	19314	43748	78008	101420	19730	44890	76955	99886
Қостанай	7563	15749	23437	30613	7750	16852	24444	33062
Қызылорда	4159	7777	12024	17784	3808	7914	11236	14153
Маңғыстау	20229	43525	70898	98603	21467	48617	79295	118298
Павлодар	24128	42451	75983	98350	15093	40240	67152	76896
Солтүстік Қазақстан	3062	6550	9995	13376	5536	12400	20056	26805
Оңтүстік Қазақстан	17795	38434	59089	77174	11971	27279	42890	57908
Астана қаласы	73103	143488	227284	333147	102066	202359	260756	328545
Алматы қаласы	113434	233954	352508	553459	105187	216800	327500	448539

34-кесте. Тұтынушыларды орналастырумен айналысатын тұрақты қабылдаушылар саны

Аймақтар	2007 жыл				2008 жыл			
	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Маусым	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Маусым	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан
Қазақстан Республикасы	321	390	495	523	409	537	610	621
Ақмола	46	47	47	53	56	57	59	59
Ақтөбе	14	14	14	14	15	17	18	19
Алматы	36	40	93	93	38	105	108	109
Атырау	2	2	4	7	10	11	12	12
Шығыс Қазақстан	42	60	83	84	43	81	132	135
Жамбыл	10	24	25	28	28	30	30	31
Батыс Қазақстан	7	14	15	15	10	14	14	15
Қарағанды	29	36	40	41	35	42	48	49
Қостанай	24	24	24	28	27	29	34	34
Қызылорда	12	16	17	21	20	20	21	21
Маңғыстау	5	5	5	5	7	7	7	7
Павлодар	17	19	21	21	17	17	17	17
Солтүстік Қазақстан	9	11	6	16	13	14	14	14
Оңтүстік Қазақстан	18	21	28	29	31	31	33	34
Астана қаласы	35	39	45	47	46	47	48	48
Алматы қаласы	15	18	18	21	13	15	15	17

35-кесте. Туристік фирмалар саны

Аймақтар	2007 жыл				2008 жыл			
	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Маусым	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан	Қаңтар Наурыз	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Қыркүйек	Қаңтар Желтоқсан
Қазақстан Республикасы	801	853	904	1007	955	1029	1122	1163
Ақмола	15	18	20	20	19	22	25	26
Ақтөбе	17	19	20	20	20	25	27	27

Алматы	38	43	45	47	53	53	55	54
Атырау	23	23	23	24	23	24	25	25
Шығыс Қазақстан	31	34	37	40	43	46	47	47
Жамбыл	13	14	19	19	14	16	20	21
Батыс Қазақстан	6	9	9	10	9	11	11	11
Қарағанды	46	52	53	54	59	63	68	72
Қостанай	17	19	19	19	20	21	21	26
Қызылорда	3	3	4	4	2	2	3	3
Маңғыстау	19	20	22	22	22	26	26	26
Павлодар	35	38	42	48	47	49	51	52
Солтүстік Қазақстан	16	18	18	18	17	20	20	20
Оңтүстік Қазақстан	8	14	18	18	19	22	24	26
Астана қаласы	42	51	55	57	67	71	85	88
Алматы қаласы	472	478	500	587	521	558	614	639

Туризмнің нормалық заң шығарушылық базасының негізгі құжаттары:

- Қазақстан Республикасының мемлекеттік конституциясы.
- Қазақстан Республикасының Заңы: «ҚР туристік негізгі қызметі туралы»;
- Қазақстан Республикасының Заңы: «Тұтынушының құқығы туралы заң»
- Қазақстан Республикасының Заңы: «Өнімдерді стандарттау және сертификаттау шарты.
- Қазақстан Республикасы билік туралы заңы: «Халықаралық туристік қызметтің лицензиялануы».
- Қазақстан Республикасы билік туралы заңы: «ҚР Қонақүй қызметі, шарттары туралы заң».
- Қазақстан Республикасы мемлекеттік стандарты: «Сертификаттау жүйесі, қонақүй қызметінің шарттары және туристік сертификаттау шарттары».
- 2007-2009 жж. Қазақстан Республикасы туризмнің дамуы туралы мемлекеттік бағдарламасы.

Туристік инструктор қызметі лицензиясының ережесі

1. Лицензия туралы ереже турагент, туроператор қызметіне, туризм инструкторы шартына және Қазақстан Республикасының

заңына байланысты 2001 жылы 13 маусымның «Қазақстан Республикасының туристік қызметі туралы» заңында жазылған. 2007 жылы 11 қаңтарда «лицензия» туралы, яғни туроператордың лицензиялық тәртібі туралы, туризмдегі инструктор шарты және турагенттік қызметі туралы жазылған.

2. Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігіне лицензияланған туроператор, турагентінің іске асыру комитеті жатады.

3. Туроператор және турагенттер лицензия алу үшін келесі құжаттар тізімі қажет:

1. Өтініш формасы.

2. Нотариуспен бекітілген Мемлекеттік тіркеудегі заңды тұлғалардың өтініші.

3. Тұлғалардың жеке куәлігі мен документтерінің көшірмесі.

4. Мемлекеттік тіркеуде бар, нотариус бекіткен және де салықтық органдарда тіркелген құжаттар.

Егер лицензияны жоғалтса, онда тұтынушы оның дубликатын алуға құқылы. Лицензия дубликаттың жоғары оң жағына жазылады.

2. Туристік инфрақұрылым дамуындағы жұмыс атқарушы биліктің жергілікті органдар рөлі

Жергілікті атқарушы органдардың қызметі (әкімшілік) облыс (республика қалалары, Астана.)

Туристік саланың мемлекеттік жүйедегі басқармасы.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі
--

Жергілікті атқарушы орган

Өнеркәсіп және кәсіпорын департаменті

Туризм бөлімі

Лицензия бөлімі

Туристік қызметінің іске асырылатын жақтары

Қазақстан Республикасының Туризм және Спорт Министрлігі

Теориялық орган МТС Қазақстан Республикасы
--

Туристік қызметтің іске асырылатын жақтары
--

Облыс әкімшіліктері (республикалық қалалар, Астана)

1) Мемлекеттік саясат пен оны іске асырушылар жұмысының координациясы туристік қызметтің облыстық территориясына, әкімшілік территориялық бірлігіне сәйкес келеді.

2) Туристік индустрияның және туризмнің дамуы оның бағдарламасының секторына, мемлекеттік туризм дамуының жоспарына және аймақтың қорытындысына байланысты.

3) Туризмнің дамуына аймақтық бағдарламаның дамуы және іс-шараның жүзеге асуына байланысты.

4) Қазақстан Республикасының заңына сәйкес туризм инструкторының лицензия қызметінің жүзеге асуы жатады.

3. Қазақстанда туризм инфрақұрылымының қажетті даму жағдайлары және бұл процесті тежеуіш факторлар

Мемлекеттік регистр, туристік маршруттар мен троптар

1. Әкімшілік-территориялық бірлік туризмнің дамуына, туристік шарт өкілетті органдарына сәйкес келеді.

2. Облыстық қорғаныс туристік ресурстарды шығарады және қорытады. Мемлекет бойынша Астана қаласы.

3. Әкімшілік-территориялық бірлікте қызметті бағыттаушы жоспар, туристік объектіні құру индустриясына сәйкес келеді.

4. Туризмнің дамуында балалар және жастар туризмі ашылып жатыр.

5. Туристік қызметтің әр ұйымы туристік субъект қызметімен және сұрақтарға консультанттық сараптау жүргізеді.

6. Туристік қызметті дамыту және оған қолдау көрсету

7. Туристік қызметте туристік ақпараттар ұсынылады және соның ішінде туристік әлеует.

8. Туристік ақпарат орталығы нақтылайды.

Халықаралық туристік нарық субъектісі

Мемлекеттік органдар (МТС, МТК, МИД, МСХ, МКИ, МОН, МИТ, МЧС, МФ, МЭФБ, КНБ).

Әкімшілік. Туристік қызметті іске асыратын тұлғалар (Туроператорлар, турагенттер, ассоциациялары және т. б).

Туристік сала субъектілері (Транспорттық компаниялар, тамақтану жүйесі, аудан көрінісі және т.б.).

Қазақстандағы туризмді дамытудың шарттары, факторлары.

МДС-ға кіретін кірістер, индустрияда қонақжайлылықты қабылдау шарттары.

Санитарлық-курорттық жолдама МДС-ға кіретін кірістер.

Жеке тұлғалардың шығындарын есептей отырып, оның ішінде бірлік басқару бір адамға максималды сома шығыны болады.

Әлеуметтік салықтың кіріспе есептеуі, салықтарды тіркеуде жеке тұлғалардың қаражатының бөлігі, туристік саяхат пен демалуға жұмсалған қаражат болып табылады. Демалыс және туризм ұйымының бір адамға және әрбір жылдағы әлеуметтік салыққа қызмет көрсетуін Қазақстан Республикасының билігі анықтайды немесе Қазақстан Республикасының салық кодексі айқындайды.

Балалар және жастар туризмін қолдау, салық түрлерінің базасы, салық бойынша тұлғалардың жолдама, сол мезеттегі іс-шаралар мен бағдарламаларды әлеуметтік тұрғыда жүзеге асырады. Салықтық жеңілдіктер, салық иелігі, жер салығы, демалыс, курорттық зоналар, жеңілдік қызмет көрсету категориялары және әлеуметтік қорғаныста тұрмаған азаматтар.

Курорттық жолдама өз қызметшілеріне шығын ретінде мемлекеттік бюджетке төменгі салық салынады.

Балалар мен жастардың тамақтану мен демалуына, сонымен қатар жаңа құрылыстарға, салықтық база мен әлеуметтік кіріске қызмет көрсететін балалар мен жастар туризм аймағы 2010 жылдан бастап тіркелгендіктен, үш жыл ішінде әлеуметтік берілген қызметті іске асырып отырады. Қарастырылып отырған мекемеге салықтық жүйеге байланысты берілген мөлшерден көп түсім түседі. Тур индустрия ұйымы және қонақжайлылық индустриясы жан-жақты микробизнес категориясына қатысты салықтық жүйеде пайдалану мүмкіндігін көрсетеді.

Жүріп жатқан факторларды тоқтататын процесс

Кемеліне жетпеген нормативтік құқықтық база.

Шет елдердегі туризмдік облыстардағы контактілер санының аздығы.

Туристік қызмет көрсетудің сапасының төмендігі.

Инвесторлау мен кредиттеудің инфрақұрылымдық нысандары және қалалық туристік қызмет, қонақжайлылық комплексінің жағымсыз шарттары.

Қорытынды:

14-тақырып бойынша келесі қорытындыны жасауға болады. Нормалық-құқықтық база туристік индустрияның ажырымас бөлігі және оның өркендеуіне үлкен септігін тигізеді. Туризм туралы заңдар туризм дамуының формалдық негізін құрайды. Сенімді құқықтық база болмаса, Қазақстанда туризм деңгейін керекті деңгейіне дейін көтеру, халықаралық стандартқа сәйкестендіру мүмкін емес.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Қазақстан Республикасының Заңы «Қазақстан Республикасының туристік қызметі негізі».
2. Қазақстан Республикасының Мемлекеттік Туризмді дамыту бағдарламасы 2007-2011 жж.
3. Қазақстан Республикасының билігінің орнауы «Халықаралық туристік қызметінің лицензиялануы».
4. Туризм және спорт министрлігінің арнайы сайты. www.mts.gov.kz
5. Статистикалық сайт www.stat.kz

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өздік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

Репродуктивтік деңгей:

- 1) Нормативті-заңдылық базасы мен туризм инфрақұрылымына сипаттама беріңіз.
- 2) Нормативті-заңдылық туризм инфрақұрылымының рөлі.
- 3) Нормативті-заңдылық туризм инфрақұрылымының мағынасы.

Репродуктивті-практикалық деңгей:

- 1) Нормативті-заңдылық базасы туризм инфрақұрылымы мен туризм жеке түрі ретінде қарастыра отырып, оның мағынасын ашып беріңіздер.
- 2) Туризм инфрақұрылымының экономикалық, әлеуметтік аспектідегі рөлі.

Шығармашылық деңгей:

- 1) «Нормативті-заңдылық базаның Қазақстандағы туризмнің дамуы үшін қажеттілігі» тақырыбына өздік жұмыс дайындаңыз.
- 2) «Қазақстанда туризм инфрақұрылымының шарты» Презентация құрыңыз.

Тәжірибелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Туризм инфрақұрылымының дамуының құқықтық негіздері

Мақсаты: Туристік индустрияның нормативтік-құқықтық базасындағы негізгі аспектілермен танысу.

Әдістемелік нұсқаулар:

Өткен тақырыпты жақсылап түсіну үшін мемлекеттік туризмді дамыту бағдарламасын, нормативтік-құқықтық базаның мағынасын, сонымен қатар туристік аймақтағы орнын білу шарт. Туристік дамудағы инфрақұрылымының дамуын түсіну.

15-тақырып. Туризм инфрақұрылымына инвестициялар

Мақсаты: Қазақстан аймақтарындағы туризм инфрақұрылымын дамытудағы шетелдік инвестициялаудың мазмұны мен маңызын анықтау, туризм индустриясын инвестициялаудың тарихын білу, республиканың туристік саласын инвестициялауға қатысып жүрген бірнеше мемлекетті атау, тақырыптың негізгі түсініктерін меңгеру.

Жоспар:

1. Қазақстандағы инвестициялық климат. Туристік инфрақұрылымның дамуына инвестициялық қаржы бөлу перспективалары.
2. Шетел инвестицияларын тарту шаралары.
3. Инвестициялық жобалау үлгілері.

Тақырып бойынша негізгі түсініктер: инвестициялар, тікелей инвестициялау, преференциялар, жеңілдіктер, шетелдік инвестор, инвестициялық климат, инвестициялық саясат.

1. Қазақстандағы инвестициялық климат. Туристік инфрақұрылымның дамуына инвестициялық қаржы бөлу перспективалары

Инвестициялар –

1. капиталдың ел ішіндегі және шетелдегі экономикаға ұзақ мерзімді жұмсалымы.

Қаржы инвестициясы (бағалы қағаздарды сатып алу) және нақты инвестиция (капиталдың өнеркәсіпке, ауылшаруашылығына, құрылысқа, т.б. жұмсалымы) түрлеріне бөлінеді.

2. кәсіпкерлік қызметіне және нәтижесінде пайда (табыс) тиетін немесе әлеуметтік тиімділікке қол жеткізілетін қызметтің басқа да түрлерінің объектілеріне жұмсалған мүліктік және зияткерлік құндылықтардың барлық түрлері.

Кез келген мемлекеттің немесе жеке республиканың экономикасында шетелдік инвестициялар өте маңызды рөл атқарады. Соңғы жылдары тікелей шетелдік инвестициялар халықаралық саудаға қарағанда жылдам өсуде. Шетелден инвестиция тарту Қазақстан экономикасының өндірістік құрылымының жақсаруына жағдайлар жасауда. Инвестициялар жаңа жоғары технологиялы өндіріс құруға, негізгі қорларды модернизациялауға, мекемелерді техникалық қамсыздандыруға, республиканың жоғары білікті мамандарын және жұмысшыларын тиімді пайдалануға, менеджмент, маркетинг және ноу-хау салаларына озық жетістіктерді енгізуге, ішкі нарықты отандық өндірістің сапалы тауарларымен толтыруға, сондай-ақ оларды шет мемлекеттерге экспорттау көлемін ұлғайтуы қажет. Қазақстан Республикасының нарықтық қарым-қатынасқа енуімен бірге инвестициялау саласында нормативті-заң шығарушылық база құрылды.

1997 жылы 28 ақпанда «Тікелей инвестицияларды мемлекеттік қолдау туралы» заңы шықты, мұнда Қазақстан Республикасындағы тікелей инвестицияларды қолдау барысында туындайтын мәселелер реттелді және мемлекеттік қолдауды жүзеге асырушы жалғыз мемлекеттік өкілетті орган анықталды. Ол – «Қазақстан Республикасының инвестициялар бойынша агенттігі». Бұдан басқа 1997 жылы 5 сәуірде «Тікелей отандық және шетелдік инвестицияларды тарту үшін экономиканың приоритетті секторларының тізімін бекіту туралы» Президент жарлығы бойынша 2000 жылға дейінгі инвестиция тарту үшін ең маңызды өндіріс салаларының тізімі анықталды. Төмендегі салалар ең негізгі деп танылды:

- өндірістік инфрақұрылым;
- өңдеуші өнеркәсіп;
- Астана қаласының объектілері;
- тұрғын үйлер, әлеуметтік сала және туризм объектілері;
- ауыл шаруашылығы.

ҚР Президентінің 2000 жылғы 6 наурыздағы №349 жарлығымен инвестициялық қызметті жүзеге асыру барысындағы жеңілдіктер ережесі мен преференциялар бекітілді. Бірақ Қазақ-

стандағы шаруашылық қызметтегі нормативті-құқықтық базаның тұрақсыздығы және толық еместігі, бухгалтерлік есеп және есеп беру жүйесі, ҚР салық салудың жоғары деңгейі және оның өзгергіштігі, несиенің қымбаттылығы, шенеуніктердің жемқорлығы және жергілікті билік өкілдерінің өзімшілдігі, экономикадағы криминал, қауіпсіздік кепілдемесінің жоқтығы және бухгалтерлік есептің халықаралық стандартқа сай келмеуі шетел кәсіпкерлерінің көңілінен шықпады.

Осы жағдайларға байланысты мемлекетте шетелдік инвесторлардың алдындағы кедергілерді жоюға нақты шаралар қабылданды. 1997 жылғы 1 қаңтарда шаруашылық-қаржылық қызметтегі есептің Бас жоспары қабылданды және енгізілді, оның негізінде Стандарттық және Әдістемелік нұсқаулар жасалынды – бұның барлығы бухгалтерлік есепті халықаралық деңгейге жақындатуға мүмкіндік берді. Келесі сатыда салық жүйесін жетілдіру тұрды. ҚР-да салық салудың құқықтық базасын жақсартқан, салық саласындағы ең күшті тәсілдермен жасалған жаңа салық кодексі қабылданды. Сонымен қатар, инвестициялық қызметтің дамуына республикадағы шағын және орта бизнестің даму дәрежесі де әсер етеді, себебі кез келген мемлекеттің экономикасы ірі, орта және шағын бизнестің дамуынсыз қалыпты дамымайды. Сондықтан шағын және орта бизнесті дамытуға және қорғауға бағытталған бірнеше қаулылар қабылданды (шағын кәсіпкерлікті қолдауға). Бірақ инвестициялық ресурстарды тиімді пайдалану бағалы қағаздар нарығынсыз және Қор нарығынсыз мүмкін емес.

Бірақ қазір Қазақстанда Қор нарығы жоқ, яғни бұл да шешілуге тиіс мәселелердің бірі болып табылады.

2. Шетелден инвестиция тарту шаралары

Тәуелсіз Қазақстан әлемнің индустриалды дамыған көшбасшы мемлекеттерімен тез қарым-қатынас орнатуға тырысты. Бұған Президент Нұрсұлтан Назарбаевтың 1994 жылғы АҚШ-та, Ұлыбританияда, Испанияда, Францияда жүргізген келісімшарттары дәлел. Республика көшбасшысы барлық елдермен экономикалық байланыс салаларын дамытуда келісімшарттар орнатты. Еліміз тек қана сауда саласында ғана емес, сонымен қатар ұлттық өнеркәсіпті дамытуға технология мен инвестиция тартуды көздеп отыр. Бұдан басқа, Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев шетелдік

инвесторлар қазақстандық кадрлардың квалификациясын жоғарылатуда септігін тигізеді деп ойлайды.

Үлкен рөлді Қазақстанға шетел капиталын халықаралық фондтар арқылы енгізу атқарады. 1994 ж. қаңтарда шетел капиталы 1,9 млн. доллар мөлшерінде көмек көрсетеді (тосылған мөлшерден Зесе көп). Республикаға және орнатылған режим үшін бұл 5% мөлшердің төмен болуымен қатар ғана емес, сонымен қатар олардың қаржылық бағдарламаны анықтау мен оны іске асыру кезінде шешім қабылдау процесіне араласпауынан тиімді болды.

Тәуелсіздіктің басынан Қазақстанның ең ірі инвесторы - АҚШ. 1993 ж. олар 91 млн. доллар, ал 1994 ж. 311 млн доллар құйды. Кейін АҚШ-та Қазақстан үшін «Қазақстандық өнімдерді Американың ішкі нарығында таратуға мүмкіндік беретін преференциялар жүйесінің жеңілдіктерін» беру туралы шешім қабылдады. Осыдан кейін АҚШ-тың ірі компаниялары Қазақстанға ағыла бастады.

Ұлыбританиямен екі еселенген салықтарды жойып, инвесторларды екіжақты қорғау туралы келісімге қол қойылды. Келісім бойынша әрбір тарап екіншісіне оның жеке инвестицияларын құқықтық базамен қамтамасыз етуге, кез келген формадағы инвестициялардың қорғалуына кепілдеме беретін болды. Осының барлығы ағылшын фирмаларының Қазақстанда орнығуына септігін тигізді. Қаспий теңізі түбегін игеруге «British Petroleum», «Shell» сияқты консорциумдар әрекет ете бастады.

Испаниямен экономикалық қатынастар осыдан 15 жыл бұрын орнады. 1993 жылы екі ел арасындағы тауар айналымы 180 мың доллардан асты. Алайда бұл Қазақстанның еуропалық серіктестері арасындағы ең кіші көрсеткіш болды. Кейін Испания шағын және орта кәсіпкерліктерді дамытуының ерекше мәселелеріне көңіл аударды. 90 ж.ж. соңында Испания Республикамызға 250 млн доллар мөлшерінде қарыз берді.

Қазіргі кезде инвестициялық деңгейдің салыстырмалы рейтингі әлемнің ең ірі рейтингтік агенттіктерімен растаса алады. ТМД елдері арасында Қазақстан ең жоғарғы орынды иемденіп отыр. Айта кететін мәселе шетел инвестицияларының келуінің бір шарты - ол макроэкономикалық тұрақтылық.

Қазақстан экономикасына, кем дегенде, ондаған мемлекеттен инвестициялар келді. Бірінші орында тұрған АҚШ - оның шетел инвестициялары ішіндегі үлесі 46,6%; екінші орында Канада - үлесі 11,8%; Олардан кейін тұрған Ұлыбритания - 10,9% ; Қытай - 4,5%, РФ - 3,8%, Италия - 9%, олардан ары қарай Нидерланды, Индонезия, Оңтүстік Корея мен Германия.

Инвестициялық компанияларға мысал. Солтүстік Қазақстан облысында белсенді түрде экономиканың әртүрлі секторларына отандық және шетелдік инвестицияларды тарту жүргізіліп жатыр, алайда туристік саланың инвестициялық саясаты қалыптастырылмаған. Көптеген туристік объектілердің және орналасыру объектілерінің материалдық базасы қазіргі заманғы талаптарға сай келмейді. Туризм инфрақұрылымын дамыту мәселесін шешу және инвестициялық климатты жақсарту үшін мемлекет есебінен келесі шараларды жүргізу қажет:

- туристік индустрия объектілерінің қызмет етуі үшін коммуникациялық жүйелерді салу;
- электрогапсырыс желілерін тарту;
- коллекторлық жүйе және су объектілерін салу;
- телефон байланыс жүйесі мен спутник жүйесін тарту;
- жолдарды салу және олардың реконструкциясы.

Ең алдымен коммуникациялық жүйелерді жағажай демалыс аудандарында, яғни Шалқар, Имантау көлдерінде және Вороний аралы демалыс аумағына өткізу қажет. Жапшай демалыс орындарындағы инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуына байланысты Шалқар көлі жанында жаңадан туристік кешен құрылысы қажет. Туризм саласының инвестициялық тартымдылығын арттыру үшін келесі мәселелерді шешу қажет:

- туристік объектілер және сәйкесінше инфрақұрылым салу аймақтарын анықтау үшін нұсқаулар дайындау;
- этнокешен, ойын-сауық объектілері, киіз үй салатын кәсіпорындарды салу және қайта құрылымдау бойынша жобаларды инвестициялауға атсалысу;
- қолөнер мен кәдесый өнімдер өндірісін дамытуға атсалысу.

Инвестициялау институтының даму тиімділігі қажетті мемлекеттік саясатты жүргізуге және жеке кәсіпкерлер мен қоғамдық

ұйымдар, туристік компаниялардың бастамашыл әрекетіне байланысты. 2007 жылдың 9 айы ішінде Қазақстанның туристік саласына инвестициялар көлемі өткен жылдың сәйкес мерзімімен салыстырғанда 2,5 есе өсіп, 63 млрд. теңгені құрады. Бұл туралы еліміздің Туризм және спорт министрлігінің баспасөз қызметі хабар етті. Казинформ ақпаратына сай 2008 жылдың бірінші жартыжылдығы бойынша кіру туризмі бойынша Қазақстанда қызмет көрсетілген тұтынушылар саны өсті. Бұл сан 13,3%-ға өсті. 2007 жылғы ішкі туризм 3,4 пайызға өсіп, көрсеткіш 60,8% құрап, 29,5 млрд. тг. көлемінде болды.

Алматыда «Туризмнің дамуы - ұлт денсаулығының кепілі» атты конференция өтті. Конференцияны ұйымдастыруға ХДП «Нұр Отан», Халықаралық туризм академиясы, Қазақстанның туризм ассоциациясы, оған қоса Қазақстанның мейрамхана және қонақүй ассоциациясының қатысқандығы жайлы Қазақпарат корреспонденті мәлім етті. Бұл кездесуде Қазақстан Республикасының Туризм және спорт агенттігі, Ішкі істер министрлігі, Ұлттық Қауіпсіздік Комитеті, Экономика және бюджетті жоспарлау министрлігі, Білім және ғылым министрлігі, шетел қонақтары және тағы да басқа ұйымдар қатыстысқандығы мәлім. Конференцияның мақсаты – туризмді дамытуға қажет мемлекеттік-әкімшілікті қорларды және жеке бизнесті инвестициялауды біріктіруге талпыныс жасау, оған қоса туризм саласын дамытуға бағытталған Республикалық жобаларға толықтырулар енгізу. Конференцияға қатысушылар мемлекеттің туристік активтерін бағалау, халықаралық туристік нарықтағы Қазақстанның орны, туризмге қатысты құқықтық және саяси аспектілер, туризм индустриясының жеке кәсіпкерлерді оның ішінде отандық инвесторларды тарту, туризм инфрақұрылымын дамыту сияқты маңызды тақырыптарды қарастырды. Баяндамаларды тыңдап, қарастырған соң конференцияға қатысушылар ағалып өтілген жағдайлардың маңызды екенін және әрдайым туристік қоғам, партия жағынан қадағалауда болуға тиістігін бір ауыздан мақұлдады. Туризмді дамытудың іс жүзінде үлкен маңызды рөлге ие екенін есепке ала отырып, конференция ұйымдастырушылары инвестициялық сұрақтарды шешу мақсатымен жылына кем дегенде екі рет форум өткізіп тұру керектігін алға тартты.

3. Инвестициялық жобалау үлгілері

Қазақстанның 2030 жылға дейінгі даму стратегиясын іске асыру барысында, 28 қаңтар 1998 жылы №3834 Қазақстан Республикасы Президентінің үкімі жарық көрді. Үкімде инвестициялық саясат қарастырылып, оның мақсаты мен мүдделері айқындалды. Үкімет оған қоса Республиканың нарықтық экономика жағдайында инвестицияға қолайлы ахуал туғызуын, экономика мен әлеуметтік жағдайды оған қоса шетел инвесторларына жағдай жасау және олардың қауіпсіздігін қамтамасыз ету туралы тараулар қарастырылып өтілді. «Жағымды инвестициялық ахуал» бөлімінде қор нарығын жеделдетіп дамыту, шағын бизнеске қолдау көрсету жайлы шешімдер қабылданды. Осыған орай, саяси және құқықтық жағынан Қазақстан Республикасында біршама жағымды инвестициялық жағдай туғызылып отырғандығы айтылды.

36-кесте. Туризм саласы бойынша инвестициялық жобалардың тізімі

р/с	Жобаның атауы	Орналасу орны	Жобаға тапсырыс берушінің реквизиттері (м.ж, тел, факс, эл.пош)	Жобаның мінездемесі, бейнеленуі	Қаржы ресурстары қажет
1	«Бурабай» курорттық зонасын дамыту	Ақмола облысы, Щучинск-Бурабай курорттық зонасы	ЖШС «Borovoe Tourism City» Астана қ, Тәуелсіздік көшесі, 7 үй, тел: +7(7172) 286125, 286091 email: sauole@borabaycity.com	1-кезең – Курорттың жағалау сызығы, 2- кезең – түбектегі Курорт, 3-кезең – көл жағасындағы Курорт, 4-кезең – Орман курорты, 5-кезең – Келісім сарайлары, 6- кезең – гольф клубы, 7-кезең – ат спорт түрлерінің орталығы	3млрд. АҚШ долл.

2 «Көксай» тау-шаңғы базасы	Жамбыл облысы, Талас Алағауының құлама беті. Халықаралық А-2 автокөлік жолына жақын, Тараз және Шымкент қалаларынан бірдей қашықтықта	ЖШС «Бәйтерек саяхат орталығы» Тараз қ, 12 ша, 3 үй, 1 пәтер, тел: +7(7262) 346448 ұ.т: +77015559051 Махатова Балагуль Тахировна e-mail: damuconsulting@mail.ru	Облыста жақсы сервисті демалыс базасының жоқтығынан көптеген қызметті көрсететін орталық салу жоспарланған. Қыс мезгілінде мынадай ойын-сауық түрлері ұсынылмақ: шаңғы тебу, шана тебу, қарда жүретін мотоциклдар. Атап өтетін жайт, облыста ондай қызмет көрсететін мекеме жоқ. Жаз мезгілінде шытырман оқиғалы демалуды жақсы көретіндерге арнап: тауға саяхат ұзақтығы, қиындығы, қалау бойынша жөнінен әртүрлі. Оған қоса тау велосипедтері мен мотовездеходтар т.б. жалға беріледі.	4,2 млн. АҚШ долл.
3 «Астана-Недвижимость» атты қонақүй желісін құру	Астана, Ақтау, Уфа, Өскемен, Орал, Көкшетау қалаларында	АҚ «Астана-Недвижимость», 010000, Астана қ, А.Иманұлы көшесі 11 тел: +7(7172) 731825 731813 email: dbulgakov@an.kz Қуаттылығы (бірлік): 6 қонақүй 1020 орынды	Үлкен қонақүй желісін құру, 6-ты 3* қонақүй. 2009-2012 жыл аралығында алғаш рет ҚР-да қонақүй желісін құру, 3* үлкен қорды қонақүйлерді қосқанда	103,02 млн. АҚШ долл.

4	«Балқаш - Нұрсая» халықаралық туристік-сауықтыру орталығы	Қарағанды облысы, Балқаш көлі жағасы.	ЖШС «Балқаш-Нұрсая» Алматы қ, Мұратбаев көш, 140 +7(727)2924555, 2935679, 2935574 email: alamo_auto@mail.ru Қуаттылығы (бірлік): 15-18 мың адам/күніне	1. Техника - экономикалық концепцияның негізі оның көпжоспарлылығында және өзге турлар енгізуге қолайлылығында. Бұл кешен өз құрамына іскерлік қатынасты, мәдени шараларды және сауықтыру жоспарын біріктіреді. 2. Аумағы: 230 га жерді алып жатыр. Үлкен құмды жағажайы бар, аумақты 20000 дейін кеңейту мүмкіндігі бар 3. Географиялық және геосаяси орналасуы: Приозерск қаласы маңында және Алматы-Астана грассасынан 8 км қашық, Балқаш көлі маңында.	800 млн. АҚШ долл.
5	Қорқыт-Ата ауылында туризмді дамыту	Қызылорда облысы, Қармақшы ауданы, Қорқыт-Ата ауылы	Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі Астана қ, Абай даң, 33А тел: +7(7172) 753408, 753276 e- mail: baekeev@komtur.kz	Бағыттаушы туристік аумақ: оқутанымдық туризм, эко-туризм, Қорқыт-Ата аквапаркі. Оған қоса кең аумақты алаңдар құру, Түрлі мерекелік шаралар, салтанатты кештер, фестивальдер және т.б. мәдени бағдарламалар үшін функционалды мүмкіндіктермен	194,3 млн. АҚШ долл.

6	Байқоңыр қаласындағы туризмнің дамуы	Қызылорда облысы, Байқоңыр қаласының маңайы	Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі Астана қ., Абай даңғылы, 33 А тел: + 7(71 72) 753408, 753276 e- mail: baekeev@komtur.kz	Ғарыштық туризм орталығын құру: Space World ауданы, «Жібек жолы» ауылы, ғарыш саласында ғылыми зерттеу ауданы. Ұлы Жібек жолы мемлекетінің, ғарыштық туризм орталығының және ғарыштық салт-дәстүрі мен мәдениетін бейнелейтін объектілерін жасау жоспарланады.	328, 5 млн. АҚШ долл.
7	Қамбаш өзенінде туризмнің дамуы	Қызылорда облысы, Қамбаш өзенінің маңайы	Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі Астана қ., Абай даңғылы, 33 А тел: + 7(7172) 753408, 753276 e- mail: baekeev@komtur.kz	Аймақ тұрғындары үшін курорттық демалыс зонасын құру, ішкі туризмге сұраныстың артуы, сонымен бірге аймақтың қонақүй бизнесін белсенділендіру. Жоспарланған аймақ Қамбаш өзенінің жағалауында орналасқан, объектінің жалпы көлемі шамамен 95 га. Демалыс зонасының территориясында люкс – қонақүйлер, қазақ үйлі қалашық және кемпинг, кішігірім бар мен мейрамханасы бар теңіз клубы сияқты судағы демалыс объектісі салынады.	76,7 млн. АҚШ долл

8	Көне Сарайшық қалашығында туризмнің дамуы	Атырау обл., Махамбет ауданы, «Қазына Тал» тоғайының жанындағы Сарайшық ауылы	Қазақстан Республикасы туризм және спорт министрлігі Астана қ., Абай даңғылы, 33 А тел: +7(71 72) 753408, 753276 e- mail: baekееv@komtur.kz	Рекреационды туристік кешенді салу; Сарайшықтың тарихи ресурстарын пайдалану. Мынадай кешендер салу жоспарда: бизнес және ойын-сауықтық, спорттық - ойын-сауықтық, оқыту-тәрбиелік мәдени мекемелер	582,3 млн. долл. АҚШ
---	---	---	--	---	----------------------

Қорытынды:

14-тақырып бойынша келесі қорытындыны жасауға болады. Қазіргі уақыт кезеңінде Қазақстанның инвестициялық деңгейдің рейтингін әлемнің ірі рейтингті уәкілдері мойындады. ТМД елдерінің ішінде Қазақстан ең жоғары орындарды иеленеді. Сонымен бірге шетелдік инвесторларды тарту шартының бірі аймақтың макроэкономикалық тұрақтылығы. Инвестициялау институты дамуының тиімділігі тізбектелген мемлекеттік саясатты өткізуге тәуелді, сонымен қатар қоғамдық ұйымдар мен туристік компаниялардың жеке кәсіпкерлерінің ынтасына да байланысты.

Тақырып бойынша теориялық білімді тексеруге арналған сұрақтар мен студенттердің өздік жұмысын орындайтын тапсырмалар:

- 1) Туристік инфрақұрылымның шетелдік инвестициясының рөлін анықта.
- 2) Тікелей инвестициялау ұғымын түсіндіріп бер.
- 3) Қазақстандағы туристік саланың инвестициялық басымдылығын ата.
- 4) ҚР туристік индустриясына шетелдік инвесторларды тарту тәсілдерін атаңыз.

Репродуктивті деңгей:

- 1) Инвестициялау жобасы бойынша қандай заңдарды білесіз?
- 2) Шетелдік инвесторлар үшін кедергілерді жоюдың қандай амалдарын білесіз?
- 3) Қазақстан ірі инвесторларының құрамына қандай елдер кіреді?

Репродуктивті-тәжірибелік деңгей:

- 1) ҚР инвестициялық объектісі үшін келтірілген мысалдардың қаржылық қажеттіліктерін бағалаңыз.
- 2) 1993 жылдан бастап ҚР туризм инфрақұрылымына инвестициялық салымдардың динамикасының өсуін сипаттаңыз.

3) ҚР туризм инфрақұрылымының инвестициялау объектісінің жалпы саны туралы статистикалық мәліметтерді жинаңыз.

Шығармашылық деңгей:

1) «Туристік инфрақұрылымның дамуына арналған инвестициялық салымдардың үміті» тақырыбына баяндама жазыңыз.

2) Өзіңіздің аймағыңыз бойынша инвестициялық жобалардың мысалдарын қарастырып шығыңыз.

3) «Қазақстандағы инвестициялық жағдай» тақырыбына эссе жазыңыз.

Тәжірибиелік сабақтың жоспары:

Тақырыбы: Туризм инфрақұрылымына инвестициялар туризм инфрақұрылымына инвестиция

Мақсаты: қатысушыларды материалды толығымен түсіндіру мақсатында қадамдық бағдарламамен таныстыру.

1) ҚР инвестициялық климаты;

2) туризм инфрақұрылымына салынған инвестициялық үміттер;

3) шетелдік инвесторларды тарту тәсілдері;

4) инвестициялық жобалар.

Әдістемелік нұсқаулар:

Берілген тақырыпты мұқият қарай отырып, туристік саланың шетелдік инвестициялау ұғымына ерекше назар аудару қажет. Дәріспен жұмыс кезінде ҚР туризм инфрақұрылымына инвесторларды тартуға тән болатын жалпы тенденцияларды игеруге бағытталған. Осыған сәйкес «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет» қалыпты құқықтық актілердің жинағында келтірілген негізгі аспектілерді зерттеп шығу қажет.

ТЕСТ ТАПСЫРМАЛАРЫ

1-НҰСҚА

1. Туризм саласына қызмет ететін, бірақ туризмге тәуелді емес салалардың жиынтығы:

- A. Инфрақұрылым B. Маркетинг C. Менеджмент
D. Суперқұрылым E. Аталғандардың барлығы

2. Ғылыми қызметті қамтамасыз ететін материалдық-техникалық база:

- A. Ғылыми инфрақұрылым B. әлеуметтік инфрақұрылым
C. сауда инфрақұрылым D. қаржылық инфрақұрылым
E. әскери инфрақұрылым

3. Ақпарат берудің бірнеше түрдегі коммуникациялар жиынтығы:

- A. Құрылыс B. Байланыс C. Транспорт
D. әуе E. сақтандыру

4. Турагенттіктер, турбазалар, қонақүйлер және тағы басқалар қай инфрақұрылым түріне жатады:

- A. Спорт инфрақұрылымы B. әлеуметтік инфрақұрылым
C. Ғылыми инфрақұрылым D. Ешқайсысына жатпайды
E. Туризм инфрақұрылымы

5. Білім беру, денсаулық сақтау, сауда және тағы басқа қай инфрақұрылым түріне жатады?

- A. ғылыми B. әскери C. өндірістік
D. әлеуметтік E. ғарыштық

6. Алматыда неше төрт жұлдызды қонақүй бар?

- A. 5 B. 11 C. 7 D. 4 E. 13

7. Алматыда үш жұлдызды неше қонақүй бар?

- A. 12 B. 14 C. 20 D. 24 E. 11

8. Қонақүй бизнесінде менеджментің неше түрі бар?

- A. 5 B. 6 C. 8 D. 4 E. 10

9. Қонақүй бизнесінде сапаны басқарудың неше моделі бар?

- A. 5 B. 2 C. 3 D. 7 E. 1

10. Қонақүй шаруашылығы бизнесіндегі сапа басқару моделі қалай аталады?

- A. NAV B. TAB, C. EDSKLMN D. TQM, SIX SIGMA E. REF

11. Тиімді менеджмент стратегиясын кімдер дайындады?

- A. Америка В. Ұлыбритания С. Германия
D. Жапон ғалымдары Е. Франция

12. Тиінақты шешім стратегиясын қай елдердің ғалымдары енгізді?

- A. Ұлыбритания В. АҚШ, Жапония С. Германия
D. Франция Е. Ресей

13. Тиінақты шешім стратегия қанша уақытқа арналған?

- A. 10-15 жыл В. 8 жыл С. 6 жыл D. 4 жыл Е. 12 жыл

14. Қонақүй шаруашылығындағы басқару құрылымының неше түрі бар?

- A. 3 В. 4 С. 6 D. 8 Е. 2

15. Басқару құрылымының түрлері

- A. Сызықтық-функционалды, сызықты-функционалды В. функционалды
C. сызықты функционалды D. Сызықтық Е. Дұрыс жауабы жоқ

16. Сызықтық-функционалды, сызықты-функционалды - бұл не?

- A. Басқару құрылымының түрлері В. Басқару құрылымы
C. Жоспарлау түрлері D. Тамақтандыру әдістері Е. Дұрыс жауабы жоқ

17. Басқарудың ұйымдастырушылық құрылымы дегеніміз не?

A. Қонақүй қызметіне толық жауап беретін сызықтық менеджменттің басқарушысының шешімі мен апараты

B. Туристерді орналастыру мен оларға қызмет көрсетуге арналған ұйым

C. Қонақүй кешеніндегі басқаруды ұйымдастыру қызметі

D. Нөмірлерді брондау, туристерді қабылдау мен тіркеу, номерлеріне орналастыру және қызмет көрсетуді қамтамасыз ету

E. Бір-біріне қатаң түрде бағынатын және басқару мен басқарылу жүйелерінің арасындағы байланысты қамтамасыз ететін басқару звеноларының жиынтығы

18. Сызықтық-ұйымдастырушылық құрылым дегеніміз не?

A. Бір-біріне қатаң түрде бағынатын және басқару мен басқарылу жүйелерінің арасындағы байланысты қамтамасыз ететін басқару звеноларының жиынтығы

B. Қонақүй қызметіне толық жауап беретін сызықтық менеджменттің басқарушысының шешімі мен апараты

C. Нөмірлерді брондау, туристерді қабылдау мен тіркеу, нөмірлеріне орналастыру және қызмет көрсетуді қамтамасыз ету

- D. Туристерді орналастыру мен оларға қызмет көрсетуге арналған ұйым
- E. Қонақүй кешеніндегі басқаруды ұйымдастыру қызметі

19. Қонақүй дегеніміз не?

- A. Қонақүй кешеніндегі басқаруды ұйымдастыру қызметі
- B. Бір-біріне қатаң түрде бағынатын және басқару мен басқарылу жүйелерінің арасындағы байланысты қамтамасыз ететін басқару звеноларының жиынтығы
- C. Туристерді орналастыру мен оларға қызмет көрсетуге арналған ұйым
- D. Қонақүй қызметіне толық жауап беретін сызықтық менеджмент басқарушысының шешімі мен ақпараты
- E. Нөмірлерді брондау, туристерді қабылдау мен тіркеу, нөмірлеріне орналастыру және қызмет көрсетуді қамтамасыз ету

20. Нөмірлік қорды басқару қызметі - бұл

- A. Туристерді орналастыру мен оларға қызмет көрсетуге арналған ұйым
- B. Нөмірлерді брондау, туристерді қабылдау мен тіркеу, нөмірлеріне орналастыру және қызмет көрсетуді қамтамасыз ету
- C. Қонақүй кешеніндегі басқаруды ұйымдастыру қызметі
- D. Бір-біріне қатаң түрде бағынатын және басқару мен басқарылу жүйелерінің арасындағы байланысты қамтамасыз ететін басқару звеноларының жиынтығы
- E. Қонақүй қызметіне толық жауап беретін сызықтық менеджменттің басқарушысының шешімі мен ақпараты

21. Әкімшілік қызметтері дегеніміз не?

- A. Туристерді орналастыру мен оларға қызмет көрсетуге арналған ұйым
- B. Қонақүй қызметіне толық жауап беретін сызықтық менеджменттің басқарушысының шешімі мен ақпараты
- C. Номерледі брондау, туристерді қабылдау мен тіркеу, номерлеріне орналастыру және қызмет көрсетуді қамтамасыз ету
- D. Бір-біріне қатаң түрде бағынатын және басқару мен басқарылу жүйелерінің арасындағы байланысты қамтамасыз ететін басқару звеноларының жиынтығы
- E. Қонақүй кешеніндегі басқаруды ұйымдастыру қызметі

22. Көп таралған қызмет көрсету түрі

- A. француздық
- B. орыс
- C. италияндық
- D. қазақстандық
- E. ағылшындық

23. Тағамдар мен ішімдіктер ассортименті бойынша қалай бөлінеді?

- A. Банкет
- B. Жалпы қолданысқа
- C. Банкет коктейль
- D. Банкет буфет
- E. Барлығы дұрыс

24. Басқарудың қандай түрлері бар?

- A. франчайзинг В. Жалға алу С. Барлығы дұрыс
D. Келісімшарт бойынша Е. Дұрыс жауабы жоқ

25. Франчайзер – бұл:

A. Лицензияны беретін не өзінің тауарлық маркасын қолдануға беретін операциялық жүйелік компания

В. Франчайзерден оқу және бизнес жасауына сатып алуына және тауарлық белгісін қолдануға сервистік төлем төлейтін адам не компания

С. Жұмыс барысы және басқа қажетті материалдармен қоса франчайзер франчайзиді сатып алатын не франчайзингтік пакет құрылатын толық бизнес жүйесі

D. Дұрыс жауабы жоқ

E. Барлығы дұрыс

26. Франчайзи – бұл:

A. Лицензияны беретін, не өзінің тауарлық маркасын қолдануға беретін операциялық жүйелік компания

В. Жұмыс барысы және басқа қажетті материалдармен қоса франчайзер франчайзиді сатып алатын, не франчайзингтік пакет құрылатын толық бизнес жүйесі

С. Франчайзерден оқу және бизнес жасауына сатып алуына және тауарлық белгісін қолдануға сервистік төлем төлейтін адам не компания

D. Дұрыс жауабы жоқ

E. Барлығы дұрыс

27. Франчиза – бұл:

A. Франчайзерден оқу және бизнес жасауына сатып алуына және тауарлық белгісін қолдануға сервистік төлем төлейтін адам не компания

В. Лицензияны беретін, не өзінің тауарлық маркасын қолдануға беретін операциялық жүйелік компания

С. Дұрыс жауабы жоқ

D. Барлығы дұрыс

E. Жұмыс барысы және басқа қажетті материалдармен қоса франчайзер франчайзиді сатып алатын, не франчайзингтік пакет құрылатын толық бизнес жүйесі

28. Банктер мен несие-қаржылық кәсіпорындарының жиынтығы:

A. әлеуметтік В. көтерме сауда С. сауда

D. дұрыс жауап жоқ Е. Қаржылық

29. Жалға беру қай жылдары кең таралды?

A. 1970 ж В. 1950-60 ж С. 1975 ж D. 1980 ж E. 1940 ж

30. Басқару стилінің қанша түрі бар?

- A. 4 B. 6 C. 8 D. 2 E. 3

31. Басқару стильдерінің түрлері

- A. Либералды B. Авторитарлы C. Демократиялық
D. Барлығы дұрыс E. Дұрыс жауабы жоқ

32. Либералды, авторитарлы, демократиялық деген не?

- A. Көмектесу стилі B. Тарату стилі C. Басқару стилі
D. Көрсету стилі E. Қолдану стилі

33. Либералды басқару стилі дегеніміз не?

- A. Басқарушы мен бағынушы арасында либералдық қатынастың болуы.
B. Басқарушы мен бағынушы арасында демократиялық қатынастың болуы
C. Ондай басқару түрлері жоқ
D. Басқарушы мен бағынушы арасында авторитарлы қатынастың болуы
E. Дұрыс жауабы жоқ

34. Демократиялық басқару стилі дегеніміз не?

- A. Дұрыс жауабы жоқ
B. Басқарушы мен бағынушы арасында либералдық қатынастың болуы
C. Басқарушы мен бағынушы арасында демократиялық қатынастың болуы
D. Басқарушы мен бағынушы арасында авторитарлы қатынастың болуы
E. Ондай басқару түрлері жоқ

35. Авторитарлы басқару стилі дегеніміз не?

- A. Басқарушы мен бағынушы арасында авторитарлы қатынастың болуы
B. Басқарушы мен бағынушы арасында демократиялық қатынастың болуы
C. Басқарушы мен бағынушы арасында либералдық қатынастың болуы
D. Дұрыс жауабы жоқ
E. Ондай басқару түрлері жоқ

36. Қонақүй шаруашылығы қайда басталады?

- A. Еуропа B. Австралия C. Америка D. Шығыс елдері
E. Қазақстан

37. Сауда инфрақұрылымына не жатады?

- A. Жәрмеңкелер, көрме, аукциондар, маркетингтік, қызмет және тағы басқа
- B. Сақтандыру компаниялары, коммерциялық банктер
- C. Көліктік, энергетикалық мекемелер
- D. Қонақүйлер, турбазалар
- E. Аталғандардың барлығы жатады

38. Негізгі қордың көлемі мен көлік өнімінің көлемі бойынша авиакомпаниялардың бөлінуі:

- A. Ірі, орташа, кіші
- B. Ішкі, халықаралық, аралас
- C. Магистралды, аймақтық
- D. Чартерлік, жергілікті
- E. Бөлінбейді

39. Қонақүй бизнесіндегі мейрамханаларда мәзірдің қандай түрлері бар?

- A. Американдық
- B. Туристік және калифорниялық
- C. Австралиялық
- D. Түріктік
- E. Африкалық

40. Қонақүй бизнесіндегі мейрамханалар мәзіріндегі тағамдардың өзгеруі бойынша қалай бөлінеді?

- A. Статикалық және циклдік
- B. Туристік
- C. Өзгермейтін
- D. Күн сайын өзгертін
- E. А ля карт

2-НҰСҚА

1. Қонақүй шаруашылығының алғашқы уақытта дамуы немен байланысты?

- A. Сауда-саттықпен
- B. Ғылыми жаңалықтармен
- C. Экономиканың дамуымен
- D. Туризмнің дамуымен
- E. Дұрыс жауабы жоқ

2. Негізгі тасымалдау типі бойынша авиакомпаниялардың бөлінуі:

- A. Жолаушылар, жүк, аралас
- B. Ірі, орташа, кіші
- C. Халықаралық, аралас,
- D. Чартерлік, жергілікті
- E. Ішкі

3. Операция түрлері бойынша авиакомпаниялардың бөлінуі:

- A. Ішкі
- B. Халықаралық, аралас
- C. Чартерлік, жергілікті
- D. Ішкі, халықаралық
- E. Ірі, орташа, кіші

4. Теңіздік инфрақұрылымның функцияларының бірі:
А. Халықтың денсаулығын қорғау
В. Теңіздік шаруашылықты қамтамасыз ету
С. Ғылыми реттеулер жүргізу
D. Басқаруды қарулармен реттеуді қамтамасыз ету
E. Туристерді тамақтандырумен қамтамасыз ету
5. Ақпарат жүйесі, ғылыми кадрларды дайындау қай инфрақұрылым түріне жатады?
А. әлеуметтік В. теңіздік С. сауда D. қаржы E. ғылыми
6. Әлеуметтік инфрақұрылымның функцияларының бірі:
А. Халықтың денсаулығын сақтау
В. Туристерді тасымалдаумен қамтамасыз ету
С. Ешқайсысы жатпайды
D. әскери дайындықпен қамтамасыз ету
E. электр энергиясын жеткізу
7. Әлемдегі ең биік отель (73 қабатты) қайда орналасқан?
А. АҚШ В. Сингапур С. Корея. D. Тайланд E. Қазақстан
8. Бес жұлдызды қонақүйдегі бір орынды номердің ауданы қанша?
А. 8 кв.м В. 10 кв.м С. 12 кв.м D. 13 кв.м. E. 18 кв.м
9. Мейрамхана ас үйіндегі өндірісті тапсырмаларды орындау нормасының өлшем бірлігі:
А. куверт В. кубик С. конверт D. квартет E. кирпич
10. Қонақүйді эксплуатациялау режимі бойынша қалай ажыратылады?
А. Толықжылдық және маусымдық В. Таңертеңгі, күндізгі
С. Кешкі және түнгі D. Айлық E. Жылдық
11. Қонақүйдің тұрғын бөлігіне не жатады?
А. Банкеттік би залы В. Спорттық бөлме
С. Қонақтардың түнеуіне арналған орындар
D. Тамақтану секторы E. Күзетші бөлмесі
12. Қонақүйдің бір кісілік жатын орнындағы вестибюльдің ауданы қанша?
А. 2 м.кв В. 3 м.кв С. 3,5 м.кв-7,5 м.кв. D. 4 м.кв E. 5 м.кв

13. Қонақүйдің тұрғын бөлігінің құрамына жататындар
А. Коридор В. Туалет С. Душ D. Нөмірлер E. Баспалдақ

14. Орналастыру қызметінің міндеті қандай?
А. Ұйықтау В. Тамақтандыру С. Отыру
D. Әлеуетті тұтынушыларға қызмет көрсету E. Сөйлесу

15. Қонақ үйде бизнес орталығы қандай мақсатта ұйымдастырылады?
А. Көңіл көтеру үшін В. Жұмыс және профессионалды қарым-қатынас
үшін
С. Демалу үшін D. Ойнау үшін E. Қыдыру үшін

16. Қонақтарды қарсы алу және шығарып салуға арналған бөлімшелер тобы:
А. Қызметке арналған бөлмелер В. Вестибюль бөлімшесі
С. Күзетші бөлмесі D. Көңіл көтеруге арналған бөлме
E. Тамақтану бөлмесі

17. Қандай нөмірлер әлемдік тәжірибеде кеңінен таралған?
А. Бір бөлмелі В. Екі бөлмелі С. Үш бөлмелі
D. Көп бөлмелі E. Вестибюль бөлімшесі

18. Қонақүйдің визиттік картасы болып табылатыны:
А. Қызмет көрсету сапасы
B. Тамақтандыру сапасы
C. Фасадты әшекейі
D. Орналастыру сапасы
E. Күзет сапасы

19. Қандай қызмет бөлімі нөмірлерді брондау, қабылдау, тіркеу және орналастыру жұмыстарымен айналысады, сонымен қатар нөмір ішінде туристерге қызмет көрсетуді қамтамасыз етеді?
А. Нөмір қорын басқару қызметі
B. Тамақтандыру қызметі
C. Күзету қызметі
D. Парковка қызметі
E. Гүл сыйлау

20. Қай қызмет бөлімі қонақүй кешенінің барлық қызмет түрлерін басқаруды ұйымдастыруға жауапты, сонымен қатар, қаржылық және мамандармен қамтамасыздандыруды шешеді?
А. Әкімшілік
B. Парковка қызметі

- C. Гүл сыйлау
- D. Тамақтандыру қызметі
- E. Күзету қызметі

21. Француздық қызмет көрсетудің ерекшелігі.

- A. Арзандылығы, шапшаңдығы
- B. Қымбаттылығы, қызмет көрсетудің жоғарғы деңгейі
- C. Ерекшелігі жоқ
- D. Дәмсіздігі
- E. Тұзсыздығы

22. Француздық қызмет көрсету тобында қанша мүше болуы керек?

- A. 2
- B. 4
- C. 6
- D. 8
- E. 5

23. Қызмет сапасы дегеніміз не?

- A. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- B. Себепті ұйғарылған қажеттіліктерді қанағаттандыра алатын қызмет көрсету процесі мен жағдайларының сипаттамасының жиынтығы
- C. Себепті ұйғарылған қажеттіліктерді қанағаттандыра алатын қызметтер сипаттамасының жиынтығы.
- D. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру
- E. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру

24. Қызмет көрсету сапасы дегеніміз:

- A. Себепті ұйғарылған қажеттіліктерді қанағаттандыра алатын қызметтер сипаттамасының жиынтығы
- B. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- C. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру
- D. Себепті ұйғарылған қажеттіліктерді қанағаттандыра алатын қызмет көрсету процесі мен жағдайларының сипаттамасының жиынтығы
- E. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру

25. Қызметтердің клиентке қажеттілігін қанағаттандырылуын қамтамасыз ететін қанша сипаттамасы бар?

- A. 1
- B. 3
- C. 5
- D. 7
- E. 6

26. Сенімділік дегеніміз не?

- A. Персоналдың серт берген қызметтерді нақты орындай алушылығы, сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді.

- B. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру
- C. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- D. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру
- E. Қонақұйдің клиентке көрсететін жеке қызмет көрсетулері

27. Кішіпейілділік дегеніміз не?

- A. Персоналдың серт етілген қызметтерді нақты орындай алушылығы сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді
- B. Қонақұйдің клиентке көрсететін жеке қызмет көрсетулері
- C. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- D. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру
- E. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру.

28. Сенімшілдік дегеніміз не?

- A. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру
- B. Персоналдың серт етілген қызметтерді нақты орындай алушылығы сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді
- C. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы .
- D. Қонақұйдің клиентке көрсететін жеке қызмет көрсетулері
- E. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру

29. Коммуникабельдік дегеніміз не?

- A. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру.
- B. Қонақұйдің клиентке көрсететін жеке қызмет көрсетулері
- C. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру
- D. Персоналдың серт берген қызметтерді нақты орындай алушылығы, сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді
- E. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы

30. Ұқыпты қарым-қатынас дегеніміз не?

- A. Қонақұйдің клиентке көрсететін жеке қызмет көрсетулері
- B. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- C. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру
- D. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру
- E. Персоналдың серт берген қызметтерді нақты орындай алушылығы, сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді

31. Қол жеткізушілік дегеніміз не?

- A. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру
- B. Персоналмен байланысты орнатудың жеңілдігі
- C. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- D. Қонақүйдің клиентке көрсететін жеке қызмет көрсетулері
- E. Персоналдың серт етілген қызметтерді нақты орындай алушылығы, сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді

32. Қонақүй бизнесіндегі қызмет көрсету сапасының түрлері

- A. Базалық сапа
- B. Қажет етілетін сапа
- C. Қалайтын сапа
- D. Дұрыс жауабы жоқ
- E. Барлық жауап дұрыс

33. Кеңістік инфрақұрылымына жатады:

- A. Жергілікті инфрақұрылым
- B. көлік инфрақұрылымы
- C. байланыс инфрақұрылымы
- D. өндірістік инфрақұрылым
- E. ешқайсысы жатпайды

34. Базалық сапа дегеніміз не?

- A. Тұтынушыға көрсетілетін күтпеген жаңа қызметтер
- B. Тұтынушының міндетті түрде болуға тиіс деп ойлайтын қызметтер жиынтығы.
- C. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- D. Бұл басқаратын адамдар мен оның қызметкерлерінің арасындағы қарым-қатынас
- E. Бұл қызметтерді техникалық және функционалдық сипаттамаларының жиынтығы

35. Қалайтын сапа дегеніміз не?

- A. Тұтынушының міндетті түрде болуға тиіс деп ойлайтын қызметтер жиынтығы
- B. Бұл басқаратын адамдар мен оның қызметкерлерінің арасындағы қарым-қатынас
- C. Тұтынушыға көрсетілетін күтпеген жаңа қызметтер
- D. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- E. Бұл қызметтерді техникалық және функционалдық сипаттамаларының жиынтығы

36. Қажет етілетін сапа дегеніміз не?

- A. Тұтынушуға көрсетілетін күтпеген жаңа қызметтер
- B. Тұтынушының міндетті түрде болуға тиіс деп ойлайтын қызметтер жиынтығы
- C. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- D. Бұл қызметтердің техникалық және функционалдық сипаттамаларының жиынтығы
- E. Бұл басқаратын адамдар мен оның қызметкерлерінің арасындағы қарым-қатынас

37. Құрылым дегеніміз не?

- A. Бұл басқаратын адамдар мен оның қызметкерлерінің арасындағы қарым-қатынас.
- B. Бұл қызметтердің техникалық және функционалдық сипаттамаларының жиынтығы
- C. Тұтынушыға көрсетілетін күтпеген жаңа қызметтер
- D. Тұтынушының міндетті түрде болуға тиіс деп ойлайтын қызметтер жиынтығы
- E. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы

38. Базалық сапаға қайсысы жатады?

- A. Кондиционерлер
- B. Таза төсек орын мен орамалдар
- C. Бассейн мен джакузи
- D. Танертең гүл әкеліп тұруы
- E. Дұрыс жауабы жоқ

39. Салалық көрсеткіштері бойынша кеңістік инфрақұрылымның жіктелуі:

- A. Кәсіпорын, жеке өндіріс, сала
- B. Пошта, телефон, телеграф
- C. Жіктелмейді
- D. Теміржол, автокөлік
- E. Тамақтандыру, орналастыру

40. Ұшу ережелері бойынша авиакомпаниялардың бөлінуі:

- A. Ішкі, халықаралық, аралас
- B. Чартерлік, күнделікті
- C. Ірі, орташа, кіші
- D. Жолаушылар, жүк
- E. Ішкі

3-НҮСҚА

1. Байланыс түрлерін көрсет:
 - A. Пошталық, электр, фельдшерлік
 - B. Ішкі, халықаралық
 - C. Аталғандардың барлығы
 - D. Кабельдік, спутниктік
 - E. Ұлттық, аймақтық

2. Қонақүй бизнесіндегі еңбек ресурстарына әсер ететін ұйымның түрін атаңыз.
 - A. Механикалық және органикалық
 - B. Физикалық және биологиялық
 - C. Географиялық
 - D. Химиялық және геометриялық
 - E. Жеке және мемлекеттік

3. Сыртқы сауданы ұйымдастыруға арналған арнайы мекемелерден тұратын инфрақұрылым:
 - A. Сауда инфрақұрылымы
 - B. Көлік инфрақұрылымы
 - C. Әскери инфрақұрылымы
 - D. Әлеуметтік инфрақұрылымы
 - E. Ғарыштық инфрақұрылым

4. Инфрақұрылым қалай бөлінеді?
 - A. материалдық және материалдық емес
 - B. үлкен және кіші
 - C. өндірістік және әлеуметтік
 - D. сыртқы және ішкі
 - E. мемлекеттік және мемлекеттік емес

5. Табиғи орта бойынша көлік инфрақұрылымының бөлінуі
 - A. Жергілікті, аймақтық
 - B. Бөлінбейді
 - C. Турагент, туроператор
 - D. Жер, әуе, су
 - E. Ғарыш

6. Транспорт инфрақұрылымының қай түріне жатады?
 - A. өндірістік
 - B. әлеуметтік
 - C. ішкі
 - D. сыртқы
 - E. мемлекеттік

7. Д. Минер Қонақүй бизнесі менеджментінде карьераны дамыту ынталандырудың келесі түрлерін қарастырған:
 - A. Бай және кедей
 - B. Иерархиялық және мамандандырылған ынталандырулар
 - C. Физиологиялық және психологиялық
 - D. Жеңіл және қиын
 - E. Тұрақты және өзгермелі

8. Иерархиялық ынталандыру маңызы

A. Күнделікті, мерзімдік, әлеуетті

B. Қызметкерлерде кәсіпорыннан білімнің үлкен көлемін алуға қалаулығын

C. Иерархиялық және мамандандырылған ынталандырулар

D. Дұрыс жауабы жоқ

E. Қызметкерлерге көп төленетін орындарға жету қалаулығын туғызады.

9. Мамандандырылған ынталандыру:

A. Қызметкерлерге көп төленетін орындарға жету қалаулығын туғызады

B. Қызметкерлерге кәсіпорыннан білімнің үлкен көлемін алуға қалаулығын туғызады

C. Дұрыс жауабы жоқ

D. Иерархиялық және мамандандырылған ынталандырулар

E. Күнделікті, мерзімдік, әлеуетті

10. Туризм инфрақұрылымының қай түрлеріне жатады?

A. Жергілікті, аймақтық

B. бөлінбейді

C. Бірінші реттік және екінші реттік

D. Турагент, туроператор

E. Ғарыш

11. Қонақүй бизнесі менеджментінде карьераның даму жолдарының қандай түрлері бар?

A. Сызықтық

B. Радикалды

C. Тігінен, көлденең, сатылы

D. Шеңберлік

E. Рационалды

12. Қонақүй бизнесі менеджментінде еңбек нәтижелерін бағалаудың неше түрлері бар?

A. 2 B. 4 C. 6 D. 8 E. 3

13. Қонақүй бизнесі менеджментінде еңбек нәтижелерін бағалаудың қандай түрлері бар?

A. Күнделікті, мерзімдік, әлеуеттік.

B. Қызметкерлерге көп төленетін орындарға жету қалаулығын туғызады

C. Қызметкерлерге кәсіпорыннан білімнің үлкен көлемін алуға қалаулығын

D. Дұрыс жауабы жоқ

E. Иерархиялық және мамандандырылған ынталандырулар

14. Қонақүй бизнесіндегі бағалау объектісіне нелер жатады?

- A. Жұмыс нәтижелілігі
- B. Жұмыс көлемі
- C. Жұмыс сапасы
- D. Барлық жауаптар дұрыс
- E. Арыздардың болмауы

15. Инновациялық менеджмент дегеніміз не?

A. Тұтынушының міндетті түрде болуға тиіс деп ойлайтын қызметтер жиынтығы

B. Бұл басқаратын адамдар мен оның қызметкерлерінің арасындағы қарым-қатынас

C. Тұтынушының міндетті түрде болуға тиіс деп ойлайтын қызметтер жиынтығы.

D. Бұл қызметтердің техникалық және функционалдық сипаттамаларының жиынтығы

E. Бұл белгілі бір басқарылатын объектінің дамуымен кемелденуіне және капиталдың өсуіне қандай да бір жаңашылдықты жасау мен игеруді басқаратын жүйе.

16. Қонақүй бизнесі менеджментінде инновацияда қолданылатын түсініктерді көрсет.

- A. Инновациялық өнім, инновациялық процесс
- B. Күнделікті, мерзімдік, әлеуеттік
- C. Физиологиялық және психологиялық
- D. Механикалық және органикалық
- E. Иерархиялық және мамандандырылған

17. Инновациялық цикл неше топтан тұрады?

- A. 1
- B. 4
- C. 3
- D. 5
- E. 7

18. Инновациялық циклдің этаптарын атаңыз.

- A. Зерттеу
- B. Эксперимент
- C. Барлық жауап дұрыс
- D. Жаңа қызметтерді көрсету бойынша кадрларды дайындау
- E. Жаңа өнімді өткізу бойынша жарнама әзірлеу

19. «Инновациялық өнім» неше фазадан тұрады?

- A. 2
- B. 5
- C. 4
- D. 6
- E. 8

20. «Инновациялық процесс» неше сатыдан тұрады?

- A. 1
- B. 3
- C. 4
- D. 5
- E. 7

21. Инновацияның қолдау орнына байланысты неше топтан тұрады?
A. 3 B. 2 C. 4 D. 12 E. 8

22. Инновацияны қолдау орнына байланысты негізгі топтарын атаңыз.
A. Өнімдік
B. Технологиялық
C. Басқарушылық
D. Барлық жауап дұрыс
E. Ұйымдастырушылық

23. Өнімдік инновация:
A. Жұмысты ұйымдастыру мен өндірісті басқарудың жаңа әдістері
B. Бұрын болмаған жаңа бір өнімді қалыптастыру
C. Қазіргі қолданып жатқан өнімді толығымен ауыстыру
D. Өнімді өндірудің жаңа технологиялары
E. Өндірісте немесе тұтынуда қолданылатын жаңа өнім

24. Технологиялық инновация:
A. Өндірісте немесе тұтынуда қолданылатын жаңа өнім
B. Жұмысты ұйымдастыру мен өндірісті басқарудың жаңа әдістері
C. Өнімді өндірудің жаңа технологиялары.
D. Қонақүй бұрын қолданған әдістер, түрлер, әдістемелер
E. Қазіргі қолданып жатқан өнімді толығымен ауыстыру

25. Басқарушы ұйымдастырылушылық инновация
A. Жұмысты ұйымдастыру мен өндірісті басқарудың жаңа әдістері.
B. Бұрын болмаған жаңа бір өнімді қалыптастыру
C. Өндірісте немесе тұтынуда қолданылатын жаңа өнім
D. Қазіргі қолданып жатқан өнімді толығымен ауыстыру
E. Өнімді өндірудің жаңа технологиялары

26. Инновациялық өнімді қалыптастыру классификациясының неше түрі бар?
A. 4 B. 3 C. 5 D. 7 E. 11

27. Инновациялық өнімді қалыптастырудың классификациясына қайсысы жатады?
A. Орын басатын
B. Барлық жауап дұрыс
C. Жоятын
D. Қайтарылымды
E. Ашатын

28. Инновациялық өнімді қалыптастырудың орын басу классификациясы деген не?

- A. Жаңа функциялардың пайда болуына байланысты тауарды жою
- B. Жұмысты ұйымдастыру мен өндірісті басқарудың жаңа әдістері
- C. Қонақүй бұрын қолданған әдістер, түрлер, әдістемелер
- D. Бұрын болмаған жаңа бір өнімді қалыптастыру
- E. Қазіргі қолданып жатқан өнімді толығымен ауыстыру.

29. Инновациялық өнімді қалыптастырудың жою классификациясы деген не?

- A. Жаңа функциялардың пайда болуына байланысты тауарды жою
- B. Бұрын болмаған жаңа бір өнімді қалыптастыру
- C. Жұмысты ұйымдастыру мен өндірісті басқарудың жаңа әдістері
- D. Қазіргі қолданып жатқан өнімді толығымен ауыстыру
- E. Қонақүй бұрын қолданған әдістер, түрлер, әдістемелер

30. Инновациялық өнімді қалыптастырудың қайтарымды классификациясы деген не?

- A. Жұмысты ұйымдастыру мен өндірісті басқарудың жаңа әдістері
- B. Қазіргі қолданып жатқан өнімді толығымен ауыстыру
- C. Жаңа функциялардың пайда болуына байланысты тауарды жою
- D. Қонақүй бұрын қолданған әдістер, түрлер, әдістемелер
- E. Бұрын болмаған жаңа бір өнімді қалыптастыру

31. Инновациялық өнімді қалыптастырудың ашатын классификациясы деген не?

- A. Қазіргі қолданып жатқан өнімді толығымен ауыстыру
- B. Қонақүй бұрын қолданған әдістер, түрлер, әдістемелер
- C. Бұрын болмаған жаңа бір өнімді қалыптастыру.
- D. Жұмысты ұйымдастыру мен өндірісті басқарудың жаңа әдістері
- E. Жаңа функциялардың пайда болуына байланысты тауарды жою

32. Қонақүй бизнесіндегі инвестициялық қызметінің қаржылық көздерінің неше түрі бар?

- A. 4 B. 3 C. 5 D. 7 E. 11

33. Қонақүй бизнесіндегі инвестициялық қызметінің қаржылық көздерін көрсетіңіз.

- A. Жекеменшіктік
- B. Барлық жауап дұрыс
- C. Мемлекеттік
- D. Шаруашылық субъектілер
- E. Мемлекеттік меншік пен акция пакеті

34. Кадрларды дайындау қай түрге жатады?
А. Сауда В. Ғылым С. Байланыс Д. Көлік Е. Әскери

35. Корпоративті мәдениет жақтарын көрсетіңіз.

- А. Мемлекеттік
- В. Жекеменшік
- С. Шаруашылық субъектілер
- Д. Мемлекеттік меншік пен акция пакеті
- Е. Сыртқы және ішкі орта

36. Қонақүй шаруашылығының беделі немен анықталады?

- А. Тамағымен
- В. Орналасқан жерімен
- С. Кезекшіліктің болуымен
- Д. Қызмет көрсету сапасымен
- Е. Күзеттің болуымен

37. TQM сапаны басқару моделі қайда пайда болған?

- А. Қазақстан В. АҚШ С. Жапония
- Д. Африка Е. Антарктида

38. Six sigma сапаны басқару моделі қай жақтың моделі болып саналады?

- А. Жапониялық В. Қазақстандық С. Австралиялық
- Д. Америка-Европалық Е. Ресейлік

39. Қайсысын туризм инфрақұрылымы ретінде санауға болмайды?

- А. Көлік В. Сауда С. Байланыс Д. Ғылым Е. Балаларды қорғау

4-НҮСҚА

1. Қандай қызмет бөлімі кондиционерлік жылумен қамтамасыздандыру санитарлы-техникалық құралдардың, теледидар мен байланыс жүйелерінің қызметіне жағдай жасаумен айналысады?

- А. Гүл сыйлау
- В. Парковка қызметі
- С. Инженерлік-техникалық
- Д. Күзету қызметі
- Е. Тамақтандыру қызметі

2. Қандай тасымалдау жүйесі ең жақсы болып табылады?

- А. Жапон В. Қытай С. АҚШ Д. Ұлыбритания Е. Франция

3. Қонақүй шаруашылығының және қонақжайлылық индустриясының мәні мен маңызы:

А. Тұтынушылардың және шаруашылықтағы субъектілердің мүддесін қорғайтын индустриалды және қауіпсіз қызмет құру

В. Тұтынушылардан және шаруашылықтағы субъектілерден пайда табу
С. Тұтынушылардың және шаруашылықтағы субъектілердің еркіндігін қамтамасыз ету

Д. Тұтынушылардың және шаруашылықтағы субъектілерді күзету

Е. Тұтынушылардың және шаруашылықтағы субъектілерді тамақтандыру

4. Алғаш рет теміржол бойынша топтық саяхатты ұйымдастырған кім?

А. Джеймс Кук В. Хилтон С. Статер D. Ритц Е. Томас Кук

5. Қоғамдық көліктің ең көне түрі:

А. Пойыз В. Автобус С. Троллейбус D. Трамвай Е. Самолет

6. Жолдар желісі, көлік, байланыс, қалалық жер асты жолдары қалай аталады?

А. Коммерция В. Аттестация С. Сертификация

Д. Лицензия Е. Коммуникация

7. Мотельдерде қызмет көрсету былай сипатталады?

А. Қызмет көрсетудің ең жоғарғы деңгейі

В. Шектеулі деңгей, қызметшілердің аз саны

С. Қызмет сапасының ең жоғарғы деңгейі

Д. Кең көлемдегі қызметтерді ұсыну

Е. Ұсынылатын қызмет түрлерінің көп болуы

8. Мотельдің шарттары

А. Кең көлемдегі қызметтерді ұсыну

В. Шектеулі деңгей, қызметшілердің аз саны

С. Қызмет сапасының ең жоғарғы деңгейі

Д. Қызмет көрсетудің ең жоғарғы деңгейі

Е. Қарапайым және тез қызмет көрсету, тамақтандыру жүйесі жоқ

9. Бес жұлдызды қонақүй нөмірлеріндегі телефондарға қандай талап қойылады?

А. Телефон арқылы басқа қонақүй бөлмелерімен, қалааралық, елдермен, қаламен сөйлесу мүмкіндігі

В. Телефон жоқ

С. Ішкі байланыс үшін қоңырау және ұялы телефон

Д. Ішкі телефон және өтініш бойынша қалалық телефонды қосу

Е. Басқа қонақүй бөлмелерімен және қаламен байланыс

10. Екі жұлдызды қонақүй жүйесін жылытуға қандай талаптар қойылады?

- A. Қажетінше жылыту
- B. Нөмірлерді қосымша жылыту құралдары арқылы жылыту
- C. Нөмірлерді және қоғамдық бөлмелерді жылыту
- D. Қонақтарға арналған арнайы кондиционерлеу
- E. Нөмірлерді және қоғамдық бөлмелерді жылыту

11. Кітапхана инфрақұрылымның қай түріне жатады?

- A. Сауда
- B. Ғылым
- C. Байланыс
- D. Көлік
- E. Әскери

12. Искерлік мәдениеттің моноактивті түрін сипаттаңыз.

A. Көп іспен бір уақытта айналысатын соңына дейін жеткізбей, басқаларына көше алатын; қозғалмалы көпшіл халық

B. Өз өмірін жоспарлауға, кесте құруға, іс-әрекетті белгілі ретпен ұйымдастыруға және тек бір іспен айналысуға негізделген мәдениет.

C. Түрлерін сипаттауға келмейді

D. Сыпайылықпен құрметтеуге көп көңіл бөлетін өзгермелі жағдайларға реакция ретінде жүретін мәдениет өкілдері

E. Дұрыс жауабы жоқ

13. Искерлік мәдениеттің полиактивті түрін сипаттаңыз.

A. Өз өмірін жоспарлауға, кесте құруға, іс-әрекетті белгілі ретімен ұйымдастыруға және тек бір іспен айналысуға негізделген мәдениет

B. Дұрыс жауабы жоқ

C. Түрлерін сипаттауға келмейді

D. Сыпайылықпен құрметтеуге көп көңіл бөлетін өзгермелі жағдайларға реакция ретінде жүретін мәдениет өкілдері

E. Көп іспен бір уақытта айналысатын оларды соңына дейін жеткізбей, басқаларына көше алатын; қозғалмалы көпшіл халық

14. Искерлік мәдениеттің реактивті түрін сипаттаңыз.

A. Көп іспен бір уақытта айналысатын оларды соңына дейін жеткізбей, басқаларына көше алатын; қозғалмалы көпшіл халық

B. Түрлерін сипаттауға келмейді

C. Дұрыс жауабы жоқ

D. Сыпайылықпен құрметтеуге көп көңіл бөлетін өзгермелі жағдайларға реакция ретінде жүретін мәдениет өкілдері

E. Өз өмірін жоспарлауға, кесте құруға, іс-әрекетті белгілі ретімен ұйымдастыруға және тек бір іспен айналысуға негізделген мәдениет

15. Моноактивті өкілдерге кімдер жатады?

- A. Барлық жауап дұрыс
- B. немістер
- C. ағылшындар
- D. американдықтар
- E. Солтүстік еуропалықтар

16. Полиактивтілер өкілдеріне кімдер жатады?

- A. Латын Американдықтар
- B. Оңтүстік еуропапалықтар
- C. Барлығы дұрыс
- D. Орыстар
- E. Дұрыс жауабы жоқ

17. Реактивті мәдениет өкілдеріне қай мемлекеттер кіреді?

- A. Барлық жауап дұрыс
- B. Қытай
- C. Жапония
- D. Тайвань
- E. Түркмения

18. Қонақүй бизнесі менеджментіндегі басқару түрлеріне қайсысы жатпайды?

- A. Жоспарлау
- B. Ұйымдастыру
- C. Күту
- D. Бақылау
- E. Үнталандыру

19. Қандай қызмет бөлімі нөмірлерді брондау, қабылдау, тіркеу және орналастыру жұмыстарымен айналысады, сонымен қатар нөмір ішінде туристерге қызмет көрсетуді қамтамасыз етеді?

- A. Нөмір қорын басқару қызметі
- B. Тамақтандыру қызметі
- C. Күзету қызметі
- D. Парковка қызметі
- E. Гүл сыйлау

20. Қай қызмет бөлімі қонақүй кешенінің барлық қызмет түрлерін басқаруды ұйымдастыруға жауапты, сонымен қатар, қаржылық және мамандармен қамтамасыздандыруды шешеді?

- A. Әкімшілік
- B. Парковка қызметі
- C. Гүл сыйлау
- D. Тамақтандыру қызметі
- E. Күзету қызметі

21. Француздық қызмет көрсетудің ерекшелігі:

- A. Арзандылығы, шапшаңдығы
- B. Қымбаттылығы, қызмет көрсетудің жоғарғы деңгейі
- C. Ерекшелігі жоқ
- D. Дәмсіздігі
- E. Тұзсыздығы

22. Білім беру, денсаулық сақтау, сауда инфрақұрылымының қай түріне жатады?

- A. Көлік инфрақұрылымы
- B. Әскери инфрақұрылымы
- C. Ғарыштық инфрақұрылым
- D. Ғылыми инфрақұрылым
- E. Әлеуметтік инфрақұрылымы

23. Қызмет сапасы дегеніміз не?

- A. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы
- B. Себепті ұйғарылған қажеттіліктерді қанағаттандыра алатын қызмет көрсету процесі мен жағдайларының сипаттамасының жиынтығы
- C. Себепті ұйғарылған қажеттіліктерді қанағаттандыра алатын қызметтер сипаттамасының жиынтығы.
- D. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру
- E. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру

24. Бір жерге, елді мекенге, аумаққа немесе сол жердегі басқа елге туризм мақсатында жиырма төрт сағаттан аспайтын уақытқа уақытыша келген жеке тұлға:

- A. экскурсант
- B. Турист
- C. экскурсовод
- D. гид
- E. турагент

25. ҚР-ның аумағында тұрақты тұрмайтын адамдардың ҚР шегіне келу саяхаты

- A. ішкі туризмі
- B. шығу туризмі
- C. келу туризмі
- D. Иссапар саяхаты
- E. Саяхатқа жатпайды

26. Туристік қызметті мемлекеттік реттеудің принциптері қай бапта көрсетілген?

- A. 7 бап
- B. 8 бап
- C. 10 бап
- D. 2 бап
- E. 6 бап

27. Туристік қызметті лицензиялау қай бапта көрсетілген?

- A. 17 бап В. 13 бап С. 20 бап
D. 15 бап Е. 22 бап

28. Қай орган туристік қызмет саласында халықты жұмыспен қамту шарасы ретінде кәсіпкерлікті дамытып қорғайды?

- A. Республикалық орган В. Аймақтық орган
С. Халықаралық орган D. Жергілікті атқарушы орган Е. Қалалық орган

29. Коммуникабельдік дегеніміз не?

A. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру.

В. Қонақұйдің клиентке көрсететін жеке қызмет көрсетулері

С. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру

D. Персоналдың серт берген қызметтерді нақты орындай алушылығы - сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді

Е. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы

30. Ұқыпты қарым-қатынас дегеніміз не?

A. Қонақұйдің клиентке берген жеке қызмет көрсетулері.

В. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы

С. Қызмет көрсету жайлы нақты және уақытылы, қайта сұрамайтындай ақпарат беру

D. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру

Е. Персоналдың серт берген қызметтерді нақты орындай алушылығы сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді

31. Қол жеткізушілік дегеніміз не?

A. Клиентке көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру

В. Персоналмен байланысты орнатудың жеңілдігі

С. Персоналдың сенімшілдікке қол жеткізе алушылығы

D. Қонақұйдің клиентке берген жеке қызмет көрсетулері

Е. Персоналдың серт берген қызметтерді нақты орындай алушылығы, сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді

32. Жүйелік жоспарлау қандай процесс?

A. Белгілі бір мерзімде ғана дамитын процесс

В. Тоқтап тұратын процесс

С. Үздіксіз дамитын процесс.

D. Басқару жүргізетін процесс

Е. Параллельді түрде жүретін процесс

33. Басқару сипаты бойынша жоспарлау қалай жіктеледі?

- A. Директивті және индикативті
- B. Стратегиялық, оперативтік, индикативтік, сандық
- C. Стратегиялық, тактикалық, техникалық
- D. Формалды, инкременталды, жүйелік
- E. Статистикалық, сапалық, ұйымдастырушылық

34. Туристік кәсіпорынды сертификаттаудың қандай түрлері белгілі?

- A. Міндетті түрде
- B. Міндетті және өз еркімен
- C. Жасанды, заңды
- D. Тек өз еркімен
- E. Табиғи, жасанды

35. Қазақстандағы алғашқы туристік база:

- A. Көкжұлдыз
- B. Таулы бақша
- C. Горельник
- D. Яхонит
- E. турист

36. Мемлекеттік шекарадан өткендегі туристің кету және келуін мемлекеттік орган бекіткен ережелер мен шарттарды, белгілі міндеттерді орындау процедуралары болып саналатын не?

- A. Сақтандыру
- B. Лицензиялау
- C. Стандарттау
- D. Сертификаттау
- E. Туристік формальдық

37. Дүниежүзілік туристік ұйым

- A. Туризмнің концепциясы
- B. Туризмдегі инвестициялау
- C. Квота
- D. Қонақүйлердің классификациясы
- E. Туризм бойынша халықаралық үкіметаралық ұйым

38. Қай жылы туризмнің қазіргі заман кезеңі дами бастады?

- A. 1820 ж.
- B. 1945 ж.
- C. 1841 ж.
- D. 1990 ж.
- E. 1890 ж.

39. Туризмдегі инвестициялау:

- A. Лицензия
- B. Туризм дамуында капиталдық салымдардың бағытын реттейтін принциптердің жүйесі
- C. Саяхаттың маршруты
- D. Коммиссиондық сыйақы
- E. Туризмнің концепциясы

40. Туризмнің материалдық-техникалық базасына анықтама
- A. Туристерге орналастыру, тасымалдау, тамақтандыру және сауықтандыру қызметін көрсететін кәсіпорындар жиынтығы
 - B. Туризмді ұйымдастырудағы экономикалық тиімділік
 - C. Туристік көрсетілім объектілері
 - D. Туристік мақсатты жүзеге асыруға ықпал ететін объектілер
 - E. Туристерге қолданылатын еңбек құралдарының жиынтығы

5-НҰСҚА

1. Турбаза дегеніміз не?
- A. Туристерді орналастыру, тамақтандыру және мәдени тұрмыстық қызмет көрсететін ғимараттар кешені
 - B. Осы жерде тұрып жатқандарға қызмет көрсетеді
 - C. Анықталған талаптарға сәйкестендірілген
 - D. Орналастыру жабдықтарының қызметін көрсетеді
 - E. Туристің уақытша тұруына арналған қандайда болсын нысан
2. Үлкен сұранысқа ие байланыс түрі
- A. Интернет
 - B. Телефон
 - C. Факс
 - D. Жарнама
 - E. Хат
3. Автотуристерге арналған жазғы лагерь
- A. урбаза
 - B. Қонақүй
 - C. Пансионат
 - D. Санаторий
 - E. Кемпинг
4. Республикада қанша әуежай бар?
- A. 54
 - B. 43
 - C. 23
 - D. 46
 - E. 36
5. Республикамызда қанша шетел әуе компаниясы қызмет көрсетеді?
- A. 22
 - B. 23
 - C. 13
 - D. 34
 - E. 45
6. Республикамызда қандай әуе компаниялары қызмет көрсетеді?
- A. Әуе астана
 - B. Атырау әуе жолы
 - C. Көкшетау әуе жолы
 - D. Скат
 - E. Барлығы
7. Нөмір бөлмесінің кеңістігі қандай зоналарға бөлінеді?
- A. Функционалдық
 - B. Регламенттелген
 - C. Пайдаланатын
 - D. Санитарлы
 - E. Классикалық
8. Қонақтарды қабылдау ненің негізінде іске асты?
- A. Кепіл салуымен
 - B. Қауіпсіздендіру қағазымен

- C. Кедендік декларациямен
- D. Келушілердің құжаттарымен
- E. Жасыл картамен

9. Қонақүй міндеті және қызметі қандай

- A. Үлкен
- B. Кішкентай
- C. Жұлдызды
- D. Искерлік
- E. Барлық жауап дұрыс

10. Қонақүйдің барлық категориясына арналған минималды нөмірдің саны?

- A. 11
- B. 10.
- C. 9
- D. 13
- E. 15

11. Қай қонақүй интерьері авторлық өнер туындыларымен әшекейленуі керек?

- A. 4 жұлдызды
- B. 5 жұлдызды.
- C. 3 жұлдызды
- D. 2 жұлдызды
- E. 1 жұлдызды

12. Қандай қонақүйлерде жылдам лифтінің үш не төртеуі бар?

- A. 2 жұлдызды
- B. 3 жұлдызды
- C. 1 жұлдызды
- D. 5 жұлдызды
- E. 4 жұлдызды.

13. Қандай отель нөмірлерінде коммутатор арқылы ішкі және сыртқы байланысқа арналған телефон құрылған?

- A. 4 жұлдызды
- B. 2 жұлдызды
- C. 3 жұлдызды
- D. 1 жұлдызды
- E. 5 жұлдызды

14. Жабық автокөліктерге бірдей қызмет көрсететін автотұрақ неше жұлдызды отельге тән?

- A. 4 жұлдызды
- B. 1 жұлдызды
- C. 2 жұлдызды
- D. 5 жұлдызды
- E. 3 жұлдызды

15. Туристік қызмет қандай категорияға тән?

- A. Барлық жауап дұрыс
- B. 4 жұлдызды
- C. 5 жұлдызды
- D. 3 жұлдызды
- E. 2 жұлдызды

16. Төрт жұлдызды отель жұмысшылары неше шет тілді білуі керек?

- A. 4
- B. 3
- C. 5
- D. 2
- E. Көп

17. Қонақтар мен олардың қауіпсіздігін жан-жақты қорғау үшін құрылған қызмет:

- A. Қауіпсіздік қызметі
- B. Инженерлік қызмет
- C. Тасу қызметі
- D. Көмектесу қызметі
- E. Айырбастау қызметі

18. Қай жерде ДТҮ қонақүй классификация критерийлерінің аймақаралық үндестігін қабылдады?

- A. Рим B. Токио C. Париж D. Мадрид E. Москва

19. Судағы демалысты қалайтын туристер нені таңдайды?

- A. Мотель B. Отель C. Курорттық қонақүй
D. Турбаза E. Флотель

20. Алматы қаласындағы отельдердің орташа толтырылуы мына пайызды құрайды:

- A. 12-15 B. 20-25 C. 37-40 D. 50-60 E. 70-75

21. Жібек жолы туристік компаниясы қай қонақүйді басқарады?

- A. Сонар B. Алматы C. Отырар D. Жетісу E. Алия

22. Туристік приюттер қайда орналасқан?

- A. Қала орталығында B. Қала шетінде C. Бәрібір
D. Маршрут бойында E. Ешқайда

23. Үлкейтілген лоджылар қандай архитектураға тән?

- A. Курортты қонақүйде B. Мотельге C. Флотельге
D. Флайтельге E. Туристік қонақүйге

24. Мотельдегі он екі нөмірге арналған қызметшілер саны

- A. 2 B. 1 C. 3 D. 10 E. 15

25. Қонақ кәсіпорындарын неге жатқызады?

- A. туризм инфрақұрылымына
B. индустриясына
C. инверциясына
D. инфляциясына
E. инновациясына

26. Қонақүйдегі бір орынды нөмірдің минималды ауданы кем дегенде

- A. 4 м.кв. B. 5 м.кв. C. 8 м.кв. D. 6 м.кв. E. 7 м.кв.

27. Екі орынды нөмірлердің минималды ауданы

- A. м.кв. B. 8 м.кв. C. 3 м.кв. D. 2 м.кв E. 10 м.кв.

28. Қандай мемлекеттердің әуе компаниялары қызмет көрсетеді?

- A. Барлығы дұрыс B. Голландия C. Ұлыбритания D. Түркия E. Иран

29. Өз елінің адамдарын сыртқа шығу кезінде туристік сапар ұйымдастыруға маманданған, осы операциямен айналысатын турфирма не?

- A. Ұйымдастыру бойынша туроператор
- B. Бағыт бойынша туроператор
- C. Бағыт бойынша турагент
- D. Ұйымдастыру бойынша турагент
- E. Жоспарлау бойынша турагент

30. Ұйымның күшті және әлсіз жақтарын анықтау үшін қандай талдау жүргізіледі?

- A. SWOT
- B. AMK
- C. POT
- D. NNZ
- E. PEST

31. Қолжетімдік дегеніміз не?

- A. Қонақүйдің клиентке көрсететін жеке қызмет көрсетулері
- B. Персоналмен байланысты орнатудың жеңілдігі
- C. Персоналдың сенімге қол жеткізе алушылығы
- D. Клиентке көңіл көмек көрсетуге дайындығы және көмекті уақытында беру

E. Персоналдың серт еткен қызметтерді нақты орындай алушылығы сапалы қызмет бағдарламасын қалыптастыруды білдіреді

32. Қонақүй бизнесіндегі инвестициялық қызметінің қаржылық көздерінің неше түрі бар?

- A. 11
- B. 3
- C. 5
- D. 7
- E. 4

33. Қонақүй бизнесіндегі инвестициялық қызметінің қаржылық көздерін көрсетіңіз.

- A. Барлық жауап дұрыс
- B. Жекеменшіктік
- C. Мемлекеттік
- D. Шаруашылық субъектілер
- E. Мемлекеттік меншік пен акция пакеті

34. Қазақстанның қай бөлігінде су көлігі жақсы дамыған?

- A. Батыс
- B. Шығыс
- C. Оңтүстік
- D. Орталық
- E. Солтүстік

35. Ұйымдастыруды басқарудың ең негізгі принципі?

- A. Параллельді
- B. Ырғақтылық
- C. Пропорционалдық
- D. Мамандандыру
- E. Дәлділік

36. Фирма жеке мақсаттарына жету үшін қызметкердің жұмысын тиімдірек болуына бағытталған менеджердің жұмысы

- A. Жүйеге келтіру
- B. Жұмысты реттеу
- C. Басқару
- D. Ұйымдастыру
- E. Ынталандыру

37. Ұйымда жұмысшыларды басқарудың принциптері мен әдістерін көрсетіңіз.

- A. Туризмді басқару жүйесі
- B. Маркетинг жүйесі
- C. Персоналды басқару жүйесі
- D. Экономиканы жоспарлау жүйесі
- E. Қаржылық бақылау жүйесі

38. Жоспарлау дегеніміз:

- A. Бақылаудың бір кезеңі
- B. Қонақүй қызметіндегі сапаны басқару моделі
- C. Ішкі және сыртқы факторларды есепке алып, кәсіпорынның дамуына қолайлы негізгі бағыттарды анықтау процесі
- D. Кадрларды іріктеудің негізгі әдісі
- E. Кәсіпорынды басқаруда арнайы таңдалып алынған белгілі бір тактикалар жүйесі

39. Белгілі бір объектінің орнатылған талаптарға сәйкестігін анықтау және жүргізу бойынша процедуралар мен іс шаралардың жиынтығы:

- A. Сертификация
- B. Лицензиялау
- C. Туристтік формальдылықтар
- D. Сақтандыру
- E. Аттестация

40. Соңғы мақсатқа сипат болатын құбылыс:

- A. Қызмет көлемінің өсуі
- B. Шығындарды минималдау
- C. Резерв қоры мөлшерінің ұлғаюы
- D. Пайданың өсуі
- E. Бәсекелестік күрестегі жеңіс

«ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ» БОЙЫНША СӨЗДІК

Акватель – көлік құралы сенімді қонақүй ретінде қолданылатын стационарлық кеме.

А ля карт (a la carte) – бұл әрбір тағам өзінің бағасымен көрсетілген мәзір түрі. Мұндай мәзір түрін француздық сервиске маманданған қымбат мейрамханалардан кездестіруге болады. Бұл жоғарғы дәрежедегі мейрамханаларда болады. Себебі, мұндай мейрамханаларда және қонақүйлерде қымбат және лайықты жағдайлар жасалынған.

Алдын ала төлеу – сатушымен белгіленген келісім бойынша сатып алушының сұраған туристік қызметтерді оларды тұтынғанға дейін төлеу.

Аннуляция – турист немесе туроператор/турагенттің келісім бойынша шарттарды орындауынан жазбаша ауытқуы.

А парт (a part) – тұтынушыларға менюден тағам мен сусын таңдау кезінде дайындау уақытын ескертетін мәзір түрі. Бұл меню курортты қонақүйлеріндегі, демалыс үйлеріндегі, пансионаттардағы мейрамханаларда жиі кездеседі.

Апарт-отель - қонақтардың санына қарамастан төленетін пәтерлерден тұратын қонақүй.

Асхана – курорттық қонақүйлерде және халықтың әр түрлі деңгейіндегі тамақтандыруды ұйымдастыруға, жүзеге асыруға, дайындауға бағдарланған тамақтандыру кәсіпорны.

Бағыттайтын жақ – турист пен қарсы алатын жақтың арасындағы келісім негізінде іске асатын, туристерді олардың уақытша тұру жеріне бағыттайтын ұйым немесе жеке кәсіпкер.

Бизнес-отель – бизнесмендерге қызмет ету үшін маманданған қонақүй.

Биосфералық қорықтар – мәдени мұраны сақтау, экологиялық және ландшафтық, ғылыми-зерттеу жүргізу, сол немесе басқа табиғи зонаға тән биосфера генофондын дамыту, сақтау мақсатында жасалған, арнайы қорғалатын территориялар.

Блок-чартер – жол жүрушілерді тасымалдау үшін коммерциялық шарт. Бұл шарт бойынша әуе тасымалдаушы саяхатты ұйымдастырушысына тұрақты болатын рейске тұрақты тарифтен төменірек бағасы бойынша, бірақ сатылған орындарды ескермей орындарды ұсыну.

Ботель – судың үстіндегі жабдықталған кеме ретінде де қолданылатын шағын қонақүй.

Бунгало – туристерді орналастырудағы жеңіл материалдардан жасалатын шағын құрылыс. Көбінесе халықаралық жастар туристік орталықтарында орналастырудың қарапайым құралы ретінде қолданылады. Олар тек қана орналастыру қызметін ғана атқарады.

Буфет – кулинарлық өнімдерді, жартылай фабрикаттарды, халықтық сұранысқа ие болатын ыстық және салқын сусындарды дайындау және ұсынуға арналған әртүрлі тауарларды сату үшін бағытталған тамақтандыру кәсіпорны.

Визалық анкета – белгілі бір мемлекеттің территориясына кіруге рұқсат – виза алу үшін шетел дипломаттық өкілеттігінің сұранысымен адамдар толтыратын сұрау парағы. Визалық анкетадағы сұрақтардың көлемі мен мазмұны әр мемлекетпен анықталады.

Гид (гид-аудармашы) – туристерге уақытша келген елдегі (жердегі) туристік ресурстармен танысу жөніндегі экскурсиялық-ақпараттық, ұйымдық қызмет көрсететін кәсіби даярланған жеке тұлға.

Дәмхана (закусочная) – тез қызмет көрсететін тамақтандыру кәсіпорны.

Дәмхананың ассортименті – дайындалуы күрделі емес көпшілік сұранысына ие болатын салқын және ыстық тағамдар (шұжық, сардельки, тұшпара, субұйрек, жұмыртқа), сонымен қатар сусындар (шай, шырындар).

Демалу – шаршауды тоқтату, психикалық, физикалық және интеллектуалдық күшті қалпына келтіретін психофизикалық процесс.

Дю жур (du jour) – кезекші тағамдарды есептейді, яғни күнделікті, сонымен қатар, белгілі, арзан, тез дайындалатын тағамдар.

Жартылай пансион – қонақүй немесе басқа да орналастыру орындарында тұру және күн сайынғы 2 реттік тамақтандыруды қамтамасыз ететін кешендік қызмет көрсету.

Жатақхана – ұйымдық орналасу жабдығы, кейбір жағдайда туристерді орналастыруға қолданылады.

Жеке туризм – жеке сипаттағы (шартты түрде, жоғары баға бойынша) қызметтермен байланысты бір немесе бірнеше адамдардың саяхаты.

Жүйе – өзара тығыз байланысты элементтердің реттелген жиынтығы.

Жүк нормасы – тегін өткізу үшін бір жолаушыға рұқсат ететін жүктің максималды салмағы. Тегін өткізілетін жүктің нормасы қызмет көрсету класына қатысты өзгереді.

Дәмхана – тұтынушыларға тағам, сусын, қышқыл сүт өнімдері, кондитерлік бұйымдар және тағы басқа шектелген ассортиментті ұсынатын тамақтандыру кәсіпорны. Ойын - сауық бағдарламалары қарастырылады.

Кафетерий – ыстық сусындарға (шәй, кофе, какао, ыстық шоколад ж.т.б.), сүт, сүт қышқылды өнімдер, бутерброд, кондитерлік өнімдер және сату кезінде көп еңбек операциясын қажет етпейтін басқа да тауарларға мамандандырылған тамақтандыру кәсіпорны.

Квота – иеленушімен келіскен шарттар бойынша турфирмаға толық кезен немесе бір бөлігіне қонақүйдің немесе жолаушы көлігінің белгілі бір бөлінген орындары. Орын квотасын алған адамның қолданғаны үшін материалдық жауапкершілігі бар.

Кейгеринг – тұтынушыларға қалаған жеріне, қалаған уақытында шағын мейрамхана ұйымдастырушы мейрамхана қызметі. Бұл жеке пәтердегі кеш болуы мүмкін немесе яхтадағы кешкі қыдыру.

Кемпинг – авто-, мото-, велотуристерге арналған қала сыртындағы жазғы лагерь. Мұнда жазғы үйшіктермен, палаткалармен, жеке тамақ дайындау үшін асханаларымен жабдықталады; қызмет көрсету деңгейлері жөнінен кемпингтерде автомобильдерді техникалық қарау, қызмет көрсету мен жуу қызметтері құрыла алады.

Кластың төмендеуі – саяхат кезіндегі туристің өтініші бойынша іске асатын қызмет көрсетудің жаман жаққа өзгеруі немесе сатушы қызмет көрсетуге сұраныс алып, оны керек деңгейде іске асыруын қамтамасыз ете алмауы. Бұл жағдайда сатушы турист өтінген және көрсетілген қызмет арасындағы айырмашылықты төлеуі тиіс.

Комиссиондық сыйақы – туристік немесе көліктік қызметтер өндеушілердің турагентке туристерге осы қызметтерді сатқаны үшін төленетін ақшалай ақы. Комиссиондық сыйақы сатылған қызметтердің бағасының пайыздық қатынасы арқылы төленеді және турагенттердің негізгі табыс көзі болып табылады.

Комиссиондық ынталандыру сыйақысы – турагентке, турқызметтердің келісілген көлемнен артық сатқаны үшін комиссиялық сыйақы. Ынталандыру комиссиялық сыйақысы турагенттерді турқызметтерді көбірек сатуға ынталандыратын шара.

Конгрестік қонақүй – конгрестер мен көрмелерге келетін қонақтарға қызмет ету мен қабылдауға маманданған қонақүй.

Клуб – адамдардың жалпы мақсаты, міндеті, қызығушылығы негізіндегі ұйым, ол статусы бар заңды тұлға, клуб жарғысының негізінде өз қызметін жүзеге асыратын анықталған адамдар тобынан тұрады.

Курорт – туристерге туристік қызметтерімен қатар демалу қызметтерін көрсетуге маманданған кәсіпорын, сонымен қатар осы кәсіпорындар орналасқан мекеме.

Курорттық қонақүй – демалу және рекреация мақсатымен келетін туристерге қызмет ету және қабылдауға маманданған қонақүй.

Күту парағы – қонақүй немесе көліктегі орындарды брондауды күтетін адамдар тізімі. Күту парағы қонақүй немесе көліктегі орындар сұраған күні мен рейстер толық брондалған жағдайда жасалынады. Қосымша сұраныстар күту тізімі бойынша қанағаттандырылады.

Қалалық курорттық қонақүй – компанияның қатысушылары мен тұтынушыларының демалыс мақсатына негізделген қонақжайлылық аясындағы кәсіпорын.

Қонақүй шаруашылығы – өндірісті, мәдени-іскерлік объектілерді, қала тұрғысындағы құрылым көрсеткішінің инфрақұрылым элементі. Қонақүй шаруашылығы – әлеуметтік таным дамуымен, әлеуметтік-мәдени қатынасты жүзеге асыру интеграциялық процестер жүйесіндегі байланыстарды нығайту тәсілі.

Қонақүйлердің жіктелуі – ұсынған қызметтердің сапасы бойынша қонақүй ұйымдарын бағалау жүйесі. Бұл сыныптама қызметтердің сапасына әсер ететін барлық факторларды ескереді, мысалы, құрылыс сапасы мен ғимараттың сәулеті, жалпы қолданылатын орындардың жайлылығы, тамақ кәсіпорындарының болуы, тұрмыстық қызмет орналасу және жұмысшылардың сынаптамасы. Қонақүй сынаптамасының әртүрлі жүйелері бар. Бесжұлдызды сынаптама жүйесі ең көп таралған болып табылады.

Қызмет көрсетудің оптималды бағдарламасы – сатып алушының қажеттіліктерін және қызмет көрсетудің тақырыбы, яғни қызметтердің құрамына, олардың көлемі және көрсету ретін қадағалайтын бағдарлама.

Мейрамхана (француз сөзі *restaurer* – күшті қалпына келтіру, тамақтандыру) - қонақтарға (клиенттерге) тамақ, сусын, кондитер өнімдерінің, сонымен қатар фирманың және күрделі дайындаудың кең ауқымды ассортиментін ұсынатын тамақтандыру кәсіпорны.

Мейрамхана бизнесі – негізгі гигиеналық және заңнамалық талаптарға жауап беретін арнайы орында тұтынушыларды тамақпен, сусынмен қамтамасыз ететін ұйым.

Мейрамхана - клуб – мейрамхананың бұл типі белгілі бір топтағы үнемі келушілер контингентінің уақыт өткізуін, достарымен, таныстарымен кездесуіне негізделген болып табылады. Бұл кездесудің ерекше бір түрі.

Мейрамхана сервисі – тамақтандыру жүйесіндегі әр түрлі жеке тағамдар тұтынушының өсуін көрсететін мәдени-экономикалық процестер динамикасының өзіндік әлеуметтік-ұйымдастырушылық аясы.

Менеджмент – шаруашылық қызметті және қызметкерлерді, әлеуметтік-экономикалық процестердің ұйымы деңгейінде басқару.

Мәзір – бұл сату құралы, кулинарлық идеялар каталогы және тұтынушыларға ұсыну тәсілі.

Менюді жоспарлау – мейрамханаға қандай тұтынушылар келетінін болжау, бағалар мен ассортиментті анықтау. Меню термині француз сөзі *menu*, ол тағамдар мен сусындардың таңертеңгі, түскі, кешкі астағы тізбесін, сонымен қатар асханалар мен мейрамханалардағы рационның (үш мезгіл тамақ) құрылуын білдіреді. (Менюге екінші анықтама, меню – тағамдар атауы жазылған бланк, карта, қағаз беті).

Мотель – автомобиль жолдарының жанында орналасқан қонақүй. Мұнда автомашиналар тұрағы болады. Сонымен қатар, мұнда қызметтер шектеулі, бірақ өте төмен бағамен ұсынылады.

Ойын-сауық – күнделікті өмірден босаңсу, көңіл көтеруге мүмкіндік беретін, рахаттанатын қызмет түрі.

Орналастыру жабдықтарының қызметтері - туристерді орналастыру және қонақүй, арнайы емдік-сауықтандыру, санаторийлік, туристік және басқа қызметтерді орындаушылық іс-қимыл.

Отель – бұл ірі қалада немесе рекреациялық орында қызмет етуші қызметкерлері бар, қосымша қызметтердің кең спектрін, комфорттылықтың жоғары деңгейін ұсынатын қонақүй кәсіпорнының дәстүрлі типі.

Өзіндік туризм – туристер өз бетімен ұйымдастыратын жүріп тұрудың белсенді тәсілдерін пайдаланатын саяхат.

Пансион – бұл әлемдік тәжірибедегі ең кең таралған орналастыру кәсіпорны. Басқа қонақүйлермен салыстырғанда пансионды жалдау арзан. Оның стандартқа сәйкес болуы міндетті емес, жұлдыз категориясына бөлінбейді.

Растау кітабы – қызмет көрсету үшін төлемдерін растайтын туристік топпен бірге жүрген гид аудармашыларға берілетін құжат. Туристерге қызмет көрсетуін растайды. Бұл кітапты қызмет көрсетудің түрі, туристердің саны, төленген қызметтердің тізімі көрсетіледі.

Рекреация – еңбек ету процесінде жұмсалған күш пен денсаулықты қалпына келтіру.

Рекреациялық туризм - демалу және емдік үшін болатын саяхат.

Ротель – бір немесе екі орындық нөмерден тұратын вагон (қозғамалы қонақүй). Онда асханасы, әжетханасы және киінетін бөлмесі болады.

Сақтандыру полисі – сақтандыру компанияның саяхатшыға олардың арасындағы сақтандыру туралы келісімді растайтын құжат. Бұл құжатта сақтандыру жағдайында саяхатшыға төленетін белгіленген ақша сомасы.

Саяжай (дача) – жеке адамдардың меншігіндегі демалу үшін қолданылатын екінші рекреациялық тұрақ.

Саяхат маршруты – туристің саяхат кезінде ретпен баратын барлық пункттер мен орындардың тізімі, жүретін жолы.

Маусым емес – туристік саяхаттың төмендеу кезеңі. Кезең еместің күнтізбек шекаралары елдің табиғи-климаттық шарттармен анықталады.

Спелеотуризм - үңгірлерді аралау, зерттеу, танумен байланысты саяхат;

Статикалық мәзір - уақытынан бұрын белгілі бір уақыт аралығына жасалынған мәзір, оның жалғыз мүмкіндігі себебіне байланысты, мейрамханадағы тағамды дайындау сапасы мен бағаларына қатаң бақылауына негізделген.

Табльдот (table d' hote) – бір бағамен ұсынылатын кешенді меню. Бағасына жеңіл астан бастап десертке дейінгі бағалар қосылады.

Таверна – мейрамхана түрі, оның негізгі атқаратын қызметі - тағамдарды ұсыну. Олар категорияларға бөлінеді. Категорияларына байланысты тағамдар мен сусындар ассортименті интерьер сәйкестігімен бөлінеді. Жұмыс істеу уақыты бірнеше сағаттан бір тәулікке дейін.

Тақырыптық саябақ - бір тақырыпқа сәйкестендіріліп ұйымдастырылған саябақ. Мысалы, World Disney анимацияларына арналған Disneyland.

Тасымалдаушы – туристердің тасымалдауын әртүрлі көлікпен іске асыратын ұйым немесе жеке кәсіпкер.

Тасымалдаудың ұзақтығы – саяхатқа жұмсалған уақыт.

Топтық билет – белгілі бір маршрут бойынша бірге жүретін туристік тобының барлық мүшелеріне берілетін билет. Топтық билет жол жүру құжаттарын толтыру процесін жеңілдету үшін қолданылады. Осындай билет топтық тариф бойынша топтық жетекшісінің атына мүшелердің санын атап көрсетуімен жазылады. Бұл билет саяхат жасаушылардың топпен бөлініп, саяхатты жалғыз жалғастыруына құқық бермейді.

Транспорттық қызмет – негізгі және қосымша болып бөлінеді. Негізгі - туристерді тұрғылықты мекен жайдан туристік мекенге және керісінше, қосымша - трансфер, экскурсияны көлікпен қамтамасыз ету.

Трансфер – туристі көлік терминалынан қонақүйге, қонақүйден көлік терминалына жеткізу қызметі.

Тур – белгіленген мерзімдер шеңберінде белгілі бір маршрут бойынша жасалатын саяхатты қамтитын туристік қызмет көрсетулер кешені.

Тур бағдарламасы – тур бағыты бойынша жүзеге асырылатын негізгі және қосымша туристік қызметтердің көрсетілу реттілігі.

Турбаза - туристерді орналастыру, тамақтандыру және мәдени-тұрмыстық қызмет көрсету үшін ғимараттардың кешені. Туристік маршруттар трассаларында құрылады.

Туризм – жеке тұлғалардың ұзақтығы жиырма төрт сағаттан бір жылға дейін, не жиырма төрт сағаттан аз, бірақ уақытша болған елде (жерде) ақы төлейтін қызметпен байланысты емес мақсатта түнеп өтетін саяхаты.

Туризм жүйесі - туристік кәсіпорындар, ұйымдар мен аймақтар – сыртқы ортамен өзара байланыстар жүйесі.

Туризм инфрақұрылымы – туристік қызметтерді жүзеге асыруға мүмкіншілік беретін шаруашылық салаларының жиынтығы.

Туризмдегі менеджмент – туристік фирмалардағы өндірістік-қызметтік процесті басқару түрлері, принциптері, әдістері, тәсілдерінің жиынтығы;

Туризм менеджері – басқару қызметін жүзеге асыратын туристік ұйымның мүшесі.

Туризмдегі маркетингтік қызмет – туристік нарық талаптарын есептеуге және туристік өнімді сатудың көлемін ұлғайту мақсатында сұранысқа белсенді әсер етуге бағытталған туристік өнімді тұтынуды өндіру, жүзеге асыру және ұйымдастыру процесі.

Туризм нұсқаушысы – тиісті біліктілігі және туристік маршруттармен жүріп өту тәжірибесі бар кәсіби даярланған жеке тұлға.

Туризм саясаты – туризмнің дамуына, сонымен қатар, оның қалыптасуына ықпал етуші осы саланың ерекшеліктеріне арнайы оң әсер ету шаралары.

Туризмнен кірістер – халықаралық туризмде туризм кірістері деп шетел азаматтарын туристік қызметтер мен тұтыну тауарларын түсетін елдегі валюталық табыстарды айтады. Шетел туризмінен түсетін кірістер келесі 2 бап бойынша: шетел азаматтарын туристік қызметтер мен тауарларды сатудан түсетін кірістер және шет азаматтардың жолын ұлттық көлікпен тасымалдаудан түсетін кірістер.

Туризмнің экономикалық тиімділігі – бұл мемлекет ауқымында туризмді ұйымдастырудан түсетін экономикалық ұтыс; аймақтық туристік қызмет көрсетуі; туристік фирманың өндірістік - қызмет ету процесі арқылы қол жеткізуі мүмкін.

Туризмнің материалды-техникалық базасы – туристерге қызмет көрсету үшін арналған (ғимарат, құрылыс, көлік, құрал-жабдық және т.б.) еңбек құралдарының жиынтығы.

Турист – жиырма төрт сағаттан бір жылға дейінгі мерзім кезеңінде уақытша болатын елді (жерді) аралап көретін және ақылы қызметпен айналыспай, сол елде сауықтыру, танымдық, кәсіби-іскерлік, спорттық, діни және де өзге де мақсаттарда кемінде бір рет түнеп шығатын жеке тұлға.

Туристік агент – туроператор мен тұтынушының арасындағы делдал фирма.

Туристік класс – 2-3 жұлдызды қонақүйде орналасу, экономикалық класпен, тұрақты рейспен (чартерде болуы мүмкін) топты тасымалдау. Туристік класта қызмет көрсету туристік саяхаттарды ұйымдастырғанда қолданылады.

Туристік агенттік қызмет (турагенттік қызмет) - қызметтің осы түріне лицензиясы бар жеке және заңды тұлғалардың (бұдан әрі – турагент) туристік өнімді ұсыну және өткізу жөніндегі қызметі.

Туристік аймақ - демалу, оқу процесі немесе денсаулықты сауықтандыру үшін қызмет көрсету мен қондырғылар орналасқан территориялар. Тәуелсіз болуы үшін туристердің тұрақтануына керекті барлық құрылыстар.

Туристік әсер – бұл туристердің туристік өнімді тұтыну нәтижесіндегі рухани жағдайы мен оң эмоцияларының кешені.

Туристік ваучер – турдың құрамына кіретін қызметтерге туристің құқығы және олардың ақысы төленгенінің фактісін растайтын құжат;

Туристік жолдама – туристік қызмет көрсету кешенін алуға құқықты растайтын құжат;

Туристік индустрия – туристерді орналастыру құралдарының, көліктің, қоғамдық тамақтандыру объектілерінің, ойын-сауық объектілерімен құралдарының, танымдық-сауықтыру, іскерлік, спорттық және өзге де мақсаттағы объектілердің, туристік қызметті жүзеге асыратын ұйымдардың, сондай-ақ экскурсиялық қызмет және гидтер (гид-аудармашылар) қызметін көрсететін ұйымдардың жиынтығы.

Туристік импорт – елден турист арқылы ақшаның шығуымен қатар туристік әсерлердің әкелінуі.

Туристік кәсіпорындар – туристік қызметті орындау мен дайындауды және ұсынууды жүзеге асыратын қажетті өндірістік құралдарды (еңбек, ақша, жер және басқалары) біріктіретін ұйымдастырушылық шаруашылық бірліктер.

Туристік қызмет – жеке және заңды тұлғалардың туристік қызмет көрсету жөніндегі қызметі.

Туристік қызмет көрсету – өзінің туристік саяхаты кезеңінде және осы саяхатқа байланысты туристің қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін берілетін қажетті қызмет көрсетулер (орналастыру, тасымалдау,

тамақтандыру, экскурсиялар, туризм нұсқаушыларының, гидтердің (гид-аудармашылардың) қызмет көрсетулері және сапар мақсатына байланысты басқа да қызмет көрсетулері).

Туристік қызмет көрсету бағдарламасы – тур бағдарламасында, турды ұйымдастыру барысында қызмет түрлерін ұсыну реттілігі.

Туристік қызмет көрсетуге жасалған келісімшарт – Өтелмелі туристік қызмет көрсету бойынша туроператорлардың немесе турагенттердің және туристің арасындағы келісім.

Туристік қызмет көрсету кластары – табыс және әлеуметтік деңгейі әр түрлі тұтынушылар сегменттеріне сәйкестендірілген туристік қызметтердің жиынтығы. Бір-бірінен баға, қызметтің түрлері, саны бойынша ерекшеленеді. Мысалы, VIP, Business, Econom.

Туристік қызметті ұйымдастыру – туристік фирманың тұтас өндірістік-қызмет көрсету процесіндегі еңбек, өндіріс құралдары мен технологиялардың саналы сәйкестігіне бағытталған шаралар жүйесі.

Туристік қызығушылық – туристің туристік объектілеріне бағытталған танымдық белсенділігі.

Туристік маршрут – белгілі бір уақыт ішінде туристерге ұсынылған қызмет көрсету бағдарламасы бойынша алдын ала жоспарланған тасымалдау жолы.

Туристік мәзір – туристердің көңіл аударуда тағамдардың қоректік сапасы мен арзандығына басымдылық білдіретін мәзір. Туристік меню күнделікті рацион менюі ретінде жоспарланады және күніне 2-4 мезгіл тамақтануды ұсынады.

Туристік нарық – туристік қызмет саласында тауарлар (жұмыстар, қызмет көрсетулер) және ақша айналысы.

Туристік оператор – коммерциялық мақсаттағы туристік өнімді жоспарлауға, өндіруге, жүзеге асыруға, өткізуге қатысатын туристік нарықтың белсенді субъектісі.

Туристік операторлық қызмет (туроператорлық қызмет) - қызметтің осы түріне лицензиясы бар заңды тұлғалардың (бұдан әрі – туроператорлар) өздерінің туристік өнімдерін қалыптастыру, ұсыну және туристік агенттер туристерге өткізу жөніндегі қызметі.

Туристерді орналастыру орындары - мейманханалар, мотельдер, кемпингтер, туристік базалар, қонақжайлар, демалыс үйлері, пансионаттар және туристердің тұруы мен оларға қызмет көрсету үшін пайдаланылатын басқа да үй-жайлар мен ғимараттар.

Туристік өнім – саяхат барысында туристің қажетін қанағаттандыру үшін жеткілікті туристік қызмет көрсетулер жиынтығы.

Туристік өнімді ұсыну – туристік қызмет көрсету жарнама, арнаулы көрмелер мен жәрмеңкелерге қатысу, туристік өнімді өткізу жөніндегі туристік ақпарат орталықтарын ұйымдастыру, каталогтар, буклеттер шығару және оны таратуға бағытталған шаралар кешені.

Туристік қорлар – көрсету объектілерін қамтитын табиғи, климаттық, тарихи, әлеуметтік-мәдени, сауықтыру объектілері, сондай-ақ туристердің рухани қажеттерін қанағаттандыра алатын, олардың дене күшін қалпына келтіріп, дамытуға жәрдемдесетін өзге де объектілер.

Туристік тактика – белгілі мақсаттардағы нақты шарттарға жетудегі нақты тәсілдер мен шаралар.

Туристік тасымал – негізгі туристік қызмет түрі, туристі тұрғылықты мекен жайынан туристік мекенге жеткізу қызметі.

Туристік ұйымдар – қызметтің негізгі түрі туристік қызмет болып табылатын заңды тұлғалар.

Туристік экспорт – елге турист арқылы ақша түсімімен қатар туристік әсерлердің әкетілуі.

Туристік қызығушылық объектілері – табиғи немесе жасанды жақтарымен (табиғат, ауа райы жағдайлары, әдемі жерлер, т.б.) туристерді тартатын жерлер.

Үкiлеттi орган – туристік қызмет саласында мемлекеттік басқару функцияларын жүзеге асыру үшін Қазақстан Республикасының үкіметі белгілейтін орталық атқарушы орган.

Ұлттық саябақ - популяциялар, табиғи ескерткіштер, ландшафтының түрлері, қорғауға алынған табиғи аумақтар. Рекреацияның кейбір түрлері рұқсат етілген.

Ұлттық туристік өнім – елдің туристік операторлары өндірген туристік өнімдердің жиынтығы.

Халықаралық ұшу – белгілі бір мемлекет шекарасынан ұшақпен өту, яғни басқа мемлекеттің ауа кеңістігінде ұшу. Халықаралық ұшулар тұрақты, кесте бойынша, кестеге қосымша, бір реттік болып бөлінеді. Олар өздері чартер және арнайы болып бөлінеді.

Халықаралық туризм – туристік қызметтер мен туристік өнімді мемлекет аумағында және шетелде ұсыну, туризм саласындағы кәсіпорындардың бағытталған және жүйеленген қызметі.

Халықаралық турқызметті іске асыратын лицензия – халықаралық турқызметтің белгілі бір елдің толық аумағында және белгіленген уақыт мерзімінде іске асыруын рұқсат ететін және осы іске асырудың шарттарын анықтайтын құжат.

Хостел - арзан қызмет көрсететін студенттік қонақүй.

Халықаралық туризм – туристердің өз елі аумағынан тыс ұйымдастырған туризмнің түрі. Елге келу және елден кету туристік процестердің жиынтығынан тұрады.

Фотель – судың үстіндегі арнайы жабдықталған кемеден тұратын үлкен жүзбелі қонақүй, ол кейде судағы курорт деп аталады.

Циклдық мәзір - статикалық мәзірге толығымен қарама-қарсы. Бұл меню тұтынушыларға кең мүмкіндік береді. Циклдық мәзір тұтынушыларға күнделікті салат түрлерін, ет, балық тағамдарын, жеңіл астар мен десерттерді ұсынады.

Шығу туризмі – бір елдің азаматтарының басқа елдерге жасаған саяхаты.

Іскерлік туризм – кәсіби міндеттерді орындауға байланысты саяхаттар.

Ішкі туризм – бір аймақ тұрғындарының өз аймағы бойынша жасалған саяхаты.

Экономикалық класс – қызмет көрсетудің ең арзан түрі. Әдетте мұны студенттер және кедейлер қолданады.

Экскурсант – бір жерге, бір елді мекенге, аумаққа немесе сол елдегі басқа жерге туризм мақсатында жиырма төрт сағаттан аспайтын уақытқа уақытша келген жеке тұлға.

Экскурсия жүргізуші – уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстармен таныстыру жөніндегі туристерге экскурсиялық-ақпараттық, ұйымдық қызмет көрсететін кәсіби даярланған жеке тұлға.

Экскурсиялық қызмет – азаматтардың уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік қорларды танымдық мақсатқа аралап көруін ұйымдастыру жөніндегі кәсіпкерлік қызмет, ол туристерді орналастыру (түнету) жөніндегі қызметті көздемейді және жиырма төрт сағаттан аспайтын мерзімді қамтиды.

Этникалық туризм – туысқандарға қонаққа бару туризмі.

ӨЗІН ТЕКСЕРУГЕ АРНАЛҒАН СҰРАҚТАР

1. Туризм индустриясын жаһандандыру.
2. Тағайындалған орын экономикасында туризм маңыздылығы.
3. Туристік қызметтердегі сұраныс және ұсынысты талдаудың негізі.
4. Туризмдегі жеке тұлға психологиясы (тұтынушылардың туристік қызметтер нарығындағы күйі).
5. Туризм менеджерінің кәсіпкерлік қасиеттерін модельдеу.
6. Туристік тауарлар мен қызметкерлердің жарнамалық психологиясы.
7. Халықаралық туризм сыртқы экономикалық байланыстардың түрі ретінде.
8. Өндірістік және әлеуметтік туризм инфрақұрылымы.
9. Туризм дамуындағы туристік инфрақұрылымның рөлі.
10. Туризмдегі материалды-техникалық базаның жалпы сипаттамасы.
11. Туристерді орналастыру құралдары: жіктелуі мен түрлері.
12. Тамақтану кәсіпорындарының жұмыс істеу құрамы және қағидалары.
13. Көліктік-коммуникациялық база.
14. Туристік көліктің негізгі тасымалдау түрлері мен даму мәселелері.
15. Телекоммуникациялық жүйелер, тұрмыстық және инженерлік байланыстар.
16. Рекреациялық ресурстарды қолданудың қамтамасыз етуге мүмкіншілік пен ыңғайлылық беретін ғимараттар мен жабдықтар.
17. Туристік саладағы өндірістік объектілер.
18. Туристік саласында жалпы қолдану объектілері.
19. Кәсіпорын – туристік қызметті жабдықтаушы.
20. Қазақстанда туризм инфрақұрылымы дамуының болашағы және мәселелері.
21. Туризм инфрақұрылымының дамуының құқықтық негіздері.
22. Туризм инфрақұрылымына инвестициялар тарту.
23. Қазіргі замандағы туризм – кешенді, кеңістіктік және әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде.
24. Туризм – салааралық халықтық-шаруашылықтық кешен ретінде.
25. Туристік сұраныс пен туристік ұсыныс.
26. Туризмнің экономика саласы ретінде ерекшелігі.
27. Халықаралық туризм мемлекеттер арасындағы сыртқы экономикалық байланыстар түрі ретінде, оның өзгешелік белгілері.
28. Туризмнің әлемдік әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретіндегі негізгі ерекшеліктері мен маңызы.
29. Әлемдік туризм индустриясының жалпы сипаттамасы.
30. ТМД елдері мен Қазақстан Республикасындағы туризм мен экскурсиялық іс-әрекеттің қазіргі жағдайы.
31. Қазіргі туристік саланың дамуындағы кәсіпкерлік органың рөлі.
32. Туризмдегі кәсіпкерлік, оның ерекшеліктері және даму факторлары.

33. Туризм саласындағы кәсіпкерлік капитал және оның құрылу әдістері.
34. Туризмдегі кәсіпкерлік қызметтегі субъектілер мен объектілер.
35. Кәсіпкерлік қызметтегі тұтынудың рөлі.
36. Туристік саладағы кәсіпкерлік қызметтің тиімділігі.
37. Туризмде кәсіпкерліктің ұйымдастырушылық-құқықтық формалары.
38. Адамзат тарихы және алғашқы ұйымдастырылған саяхаттардың әлеуметтік-экономикалық себептері.
39. Туризмнің жаһандану жағдайында дамуы.
40. Халықаралық туризмнің XX ғасырдан бастап қазіргі уақытқа дейін дамуы.
41. ТМД мен Қазақстан Республикасында туризм дамуының қазіргі жағдайы мен проблемалары.
42. Туризм географиясының қалыптасуы.
43. Менеджмент туризм саласында өндірісті және фирмалар қызметтерін басқару нысаны ретінде.
44. Туристік ұйым қызметтерінің тиімділігін қамсыздандыру
45. Туризм индустриясында персоналды басқару.
46. Туризм маркетингінің теориялық негіздері.
47. Туристік саладағы маркетингтік ақпараттық жүйе.
48. Туристік маркетингтің байланыстары.
49. Туристік өнімнің бәсекелестік қабілеттілігі.
50. Туристік саладағы кәсіпорындарда маркетингті жоспарлау.

ҚОРЫТЫНДЫ

Туризм мемлекеттің экономикасына үш оң нәтиже береді:

1. Шетел валютасының құйылуын қамтамасыз етеді және төлем теңгерімі мен жиынтық экспорт сияқты экономикалық көрсеткіштерге оң ықпал жасайды.

2. Халықтың жұмыспен қамтылуын көбейтуге көмектеседі. Дүниежүзілік туризм және саяхат кеңесінің бағалары бойынша туризм өндірісінде құрылатын әрбір жұмыс орнына басқа салаларда пайда болатын 5-тен 9-ға дейін жұмыс орны келеді екен. Туризм тура немесе жанама түрде экономиканың 32 саласының дамуына ықпал жасайды.

3. Елдің инфрақұрылымын дамытуға жәрдемдеседі.

Туризм елдердің тұтас аудандарының экономикасына белсенді әрекет етеді. Туризм саласындағы шаруашылық жүргізуші субъектілерінің құрылуы және жұмыс істеуі жол көлігін, сауданы, коммуналдық-тұрмыстық, мәдени, медициналық қызмет көрсетуді дамытумен тығыз байланысты. Сөйтіп, туризм индустриясы басқа экономикалық секторлардың көпшілігімен салыстырғанда, неғұрлым пәрменді мультипликаторлық тиімділікке ие.

Туризм - жеке және ұжымдық жетілдіру құралы ретінде жоспарлануы және тәжірибеде іске асырылуы тиіс демалыспен, бос уақытты өткізумен, спортпен, мәдениетпен және табиғатпен тікелей араласуға байланысты қызмет. Мұндай жағдайда, ол өз бетімен білім алудың, тоталитарлық және халықтар мен олардың әртүрлі мәдениеттерінің арасындағы олардың өзгешеліктерін танып-білудің бірден-бір факторы болып табылады.

Туризмнің жылдам және тұрақты өсуін, оның қоршаған ортаға, экономиканың барлық секторлары мен қоғамның әл-ауқатына күшті әсерін назарға ала отырып, Үкімет Қазақстанның ұзақ мерзімдік даму 2007-2011 жж. бағдарламасында туристік саланы басымдық ретінде белгіледі. Осы Тұжырымдамада туризм саласында тұтас мемлекеттік саясатты қалыптастыруды, Қазақстанда қазіргі заманғы бәсекеге қабілетті туризм индустриясының құқықтық, ұйымдастырушылық және экономикалық негіздерін қалыптастыруды көздейді.

Туристік инфрақұрылым – бұл туристік-сервистік және ұқсас кәсіпорындардың біртұтас кешені, «Туризм инфрақұрылымы» оқулығында осы кешеннің мәселелері мен даму болашағы, инновациялық технологиялары және стратегиялары жан-жақты қарастырылып, өз шешімін тапқан.

«Туризм инфрақұрылымы» оқулығы «Туризм» мамандығы студенттеріне, магистранттарға, докторанттарға және осы салаға қызығатын барлық оқырман қауымға арналады.

ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Туристтік қызмет туралы: Заң актілерінің жиынтығы. – Алматы: ЮРИСТ, 2007
2. Қазақстан Республикасының Президенті Н. Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы, «Қазақстан – 2030». 1997
3. Қазақстан Республикасының Президенті Н. Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы, Астана, 2006
4. Қазақстан Республикасының Президенті Н. Ә. Назарбаевтың халыққа жолдауы, Дағдарыстан жаңару мен дамуға, Астана, 2009
5. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың халыққа Жолдауы. Жаңа онжылдық - жаңа экономиканың өрлеуі - жаңа экономикалық мүмкіндіктері. Астана, 2010
6. *Квартальнов В. А.* Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004
7. Экономика и организация туризма. Международный туризм / *Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др.*; под ред. *И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой.* – М.: КНОРУС, 2005
8. *Здоров А. Б.* Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005
9. Қонақүй шаруашылығы: Оқу құралы / *Мазбаев О. Б., Омаров Қ. М.* – Алматы Қаз ҰПУ, 2007
10. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие. 2-е изд-е. – М: ИКЦ “МарТ”; Ростов н/Д. Издательский центр “МарТ”, 2005
11. Транспортное обеспечение в туризме: учебник / *Кусков А.С., Джаладян Ю.А.* – М. КНОРУС, 2008
12. Сервис и туризм: словарь – справочник / под.ред. *Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана* – М. Альфа – М, 2008
13. География туризма / *М. В. Асташкина, О. Н. Козырева, А. С. Кусков, А. А. Саннинская.* Учебное пособие. – М. Альфа – М. Инфра – М 2010.
14. Туристское ресурсоведение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / *А. С. Кусков* – М. Издательский центр «Академия», 2008
15. *Биржсаков В. А.* Введение в туризм. – СП б. Издательский Торговый Дом «Герда», 2000
16. *Уокер Д.* Введение в гостеприимство. – М., 1999
17. *Сенин В. С.* Введение в туризм. – М., 1993
18. *Патирян Г. А.* Экономика туризма. – М., 2000
19. *Чудновский А. Д.* Туризм и гостиничное хозяйство. – М., 2000
20. *Балабанов И. Т.* Экономика туризма. – М., 2000
21. *Чеботарь Ю. М.* Туристский бизнес: практическое пособие. – М., 1997
22. *Кабушкин Н. И.* Менеджмент гостиниц и ресторанов. – Минск, 2000
23. Организация туризма: Учеб.пособие / *А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева и др.*; под общ. ред. *Н. И. Кабушкина и др.* – Мн. Новое знание, 2003
24. ҚР Заңы 04.10.1999 «Об основах туристской деятельности в Казахстане».

25. Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности в Республике Казахстан» // Казахстанская правда. – 2001
26. *Карпова Г. А.* Экономика современного туризма Герда, 1998
27. *Л. И. Егоренков.* «Экология туризма и сервиса». – Москва, 2003
28. *В. В. Храбовченко.* «Экологический туризм» - Москва, 2004
29. *Ирена Енджейчик.* «Современный туристский бизнес» - Москва, 2003
30. *Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.* Маркетинг. Гострепринимство и туризм. Учебник для вузов/ Пер. с англ. под ред. *Р. Б. Ноздревой.* – М. ЮНИТИ, 2001
31. Менеджмент туризма. Учеб. для студентов / Авт.сост. *И. В. Зорин.* – М. РМАТ, 2001
32. Основы менеджмента туризма / Науч. ред. *В. А. Квартальнов.* – М. РМАТ, 1999
33. *Сенин И. С.* Введение и туризм: Учебник. – М. Наука, 1993
34. *Александрова А. Ю.* Международный туризм. – М. Аспект-Пресс, 2002
35. Карманная энциклопедия туриста. – М. Вече, 2000
36. *Квартальнов В. А.* Туризм. Учебник. – М. Финансы и статистика, 2002
37. *Квартальнов В. А.* Стратегический менеджмент в туризме. Современный опыт управления. – М. Финансы и статистика, 1999
38. *Раева Р. А.* Гостиничный бизнес: перспективы развития. – Алматы: «Туран», 1999
39. О развитии туризма, как доходной отрасли экономики Республики Казахстан. Официальные материалы. – Алматы. ИК «Раритет», 2001
40. Туризм в Республике Казахстан в 2001 году / Статистический сборник/ Агентство Республики Казахстан по статистике/ Под ред. / Алматы, 2002
41. *Зорин И.В., Квартальнов В.А.* Толковый словарь туристских терминов: туризм, туристская индустрия, туристский бизнес. – М. – Афины. INFOGROUP, 1994
42. Сборник нормативных правовых актов по развитию индустрии туризма. – Астана, 2001
43. *Жукова М. А.* Индустрия туризма: менеджмент организаций. – М. Финансы и статистика, 2002
44. *Браймер Р. А.* «Основы управления в индустрии гостеприимства». Пер. с англ. М. Аспект Пресс, 1995
45. *Кабушкин Н. И., Бондаренко Г. А.* «Менеджмент гостиниц и ресторанов». Уч. пособие. МН. БГЭУ, 1997
46. *Вяткин Л. А., Сидорчук Е. В., Немытова Д. Н.* Туризм и спортивное ориентирование М., 2001
47. *Федотов Ю. Н., Востоков И. Е.* Спортивно-оздоровительный туризм. М., 2002
48. *Курилова И. И.* Туризм М., 1988
49. *Остапец А. А.* На маршруте туристы-следопыты М., 1987
50. *Терецук В. А.* Спутник туриста Алма-Ата, 1987

51. *Аникин Ю. П.* Организация и управления малым бизнесом. Учеб. пособие. – М. Финансы и статистика, 2003
52. *Барроу К., Браун Р.* Бизнес-планирование. Полное руководство. Пер. с англ. – М.: Фаир-ПРЕСС, Гранд, 2003
53. *Бусыгин А. В.* Предпринимательство. Учебник. – М. Бусыгин, 2003
54. «Экономическая теория» учебник под ред. *Булатова А.С.*, 2-е издание, Москва, 1997
55. *Й. Шумпетер.* Теория экономического развития. – М., 1982
56. Предпринимательство. Учебник / под ред. *М. Г. Латушты.* – 3-е изд. – М. ИНФРА-М, 2004
57. *Осипова О. Я.* Транспортное обслуживание туристов. Уч. пособие для студентов вуза. – М. Издат.центр «Академия», 2004
58. *Александрова А. Ю.* Международный туризм: Уч.пособие для студентов вузов. – М. Аспект Пресс, 2001
59. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник/под.ред. проф., *Чудновского А. Д.* – М. ЮРКНИГА, 2003
60. *Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С.* Управление индустрией туризма. Уч.пособие. – М. КНОРУС, 2004
61. *Биржаков М. Б., Никифоров В. И. и др.* Индустрия туризма. ВОЗКИ. – СПб.Издательский дом Герда, 2003
62. *Ердавлетов С. Р.* География туризма: история, теория, методы, Алматы. Атамура, 2000

МАЗМҰНЫ

АЛҒЫ СӨЗ	3
-----------------------	---

I бөлім

ТУРИЗМДЕГІ ӨНДІРІСТІК ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМ	5
---	---

<i>1-тақырып.</i> Өндірістік және әлеуметтік туризм инфрақұрылымы, олардың міндеттері және құрамының элементтері	5
<i>2-тақырып.</i> Туризм дамуындағы туристік инфрақұрылымның рөлі	17

II бөлім

ТУРИСТІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМНЫҢ ҚҰРАСТЫРУШЫЛАРЫ	32
---	----

<i>3-тақырып.</i> Туризмнің материалдық-техникалық базасының жалпы сипаттамасы	32
<i>4-тақырып.</i> Туристерді орналастыру құралдары	57
<i>5-тақырып.</i> Тамақтану базасы	68
<i>6-тақырып.</i> Көліктік-коммуникациялық база	92
<i>7-тақырып.</i> Туристік көліктің негізгі тасымалдау түрлері мен даму мәселелері	109
<i>8-тақырып.</i> Телекоммуникациялық жүйелер, тұрмыстық және инженерлік байланыстар	126
<i>9-тақырып.</i> Шектес база	139
<i>10-тақырып.</i> Туристік саланың өндірістік нысандары	169
<i>11-тақырып.</i> Туристік салада жалпы қолдану нысандары	176

III бөлім

ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТПЕН ЖАБДЫҚТАУШЫЛАР	193
--	-----

<i>12-тақырып.</i> Кәсіпорын - туристік қызметті жабдықтаушы	193
---	-----

IV бөлім

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ ДАМУЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	212
--	-----

<i>13-тақырып.</i> Қазақстанда туризм инфрақұрылымы дамуының болашағы және мәселелері	212
--	-----

14-тақырып. Туризм инфрақұрылымының дамуының құқықтық негіздері	217
15-тақырып. Туризм инфрақұрылымына инвестициялар	229
Тест тапсырмалары	241
«Туризм инфрақұрылымы» бойынша сөздік	270
Өзін тексеруге арналған сұрақтар	280
Қорытынды	282
Пайдаланған әдебиеттер	283

Сұрағанова Сайран Қабдрахманқызы – экономика ғылымының
докторы, профессор.
Сабагаева Ботагөз Омарқызы – экономика ғылымдарының кандидаты.

ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ

Оқулық

Басуға 25.09.2012 қол қойылды. Қағазы офсеттік.
Қаріп түрі «Таймс». Пішіні 60х90/16. Офсеттік басылым.
Баспа табағы 18. Таралымы 1200 дана. Тапсырыс 1037.

Тапсырыс берушінің дайын файлдарынан басылып шықты.



ЖШС РПБК «Дәуір», 050009,
Алматы қаласы, Гагарин д-лы, 93а.
E-mail: rpk-daur81@mail.ru