

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Ш.ЕСЕНОВ АТЫНДАҒЫ КАСПИЙ МЕМЛЕКЕТТІК ТЕХНОЛОГИЯЛАР
ЖӘНЕ ИНЖИНИРИНГ УНИВЕРСИТЕТІ

«ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ ҚҰҚЫҚ» ИНСТИТУТЫ

«МЕНЕДЖМЕНТ» КАФЕДРАСЫ

БАЙГАЛИЕВА А.О.

ТУРИЗМДЕГІ МЕНЕДЖМЕНТ
«050902-ТУРИЗМ» МАМАНДЫҒЫНЫҢ СТУДЕНТТЕРІНЕ АРНАЛҒАН
ОҚУ-ӘДІСТЕМЕЛІК НҰСҚАУ

АҚТАУ, 2011 Ж.

УДК 33 (07)

ҚҰРАСТЫРУШЫ: Байғалиева А.О. Туристік бизнесті ұйымдастыру және жоспарлау. «050902-Туризм» мамандығы студенттеріне арналған оқу-әдістемелік нұсқау. – Ақтау: КМТЖИУ, 2011, 43 бет.

РЕЦЕНЗЕНТ: Ә.Ғ.К. Кадырова Г.М.

Оқу-әдістемелік нұсқау студенттер «Туристік бизнесті ұйымдастыру және жоспарлау» курсы оқу кезінде аймақтық басқарудың теориялық және әдіснамалық негіздерін, Қазақстан Республикасындағы жергілікті өкілетті және атқарушы органдар қызметінің құрылымы мен ұйымдық түрлерін, қазіргі кездегі біздің мемлекетіміздің аймақтық саясаты ерекшеліктерін игеруде көмек болады.

Ш.Есенов атындағы Каспий Мемлекеттік Технологиялар және Инжиниринг Университетінің Оқу-әдістемелік кеңесі шешімімен баспаға жіберілді.

© Ш.Есенов атындағы КМТЖИУ

КІРІСПЕ

Студенттерді туристік кәсіпорынның іс-әрекет ұйымдастыру негіздері жөнінде хабардар болуы қажет: туристік саласының кәсіпорындарының шаруашылық іс-әрекетінің, экономика және ұйымдастыру мәселелері, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарының қалааралық және қала көлігінің, туристерге қызмет ететін сауданың ерекшеліктері, жоспарлау және баға құру мәселелері, туристік іс-әрекетті болашақтың және ағымдағы жоспарлау принциптері, ішкі және шетел серіктестерімен жұмыс атқаруын жоспарлау және ұйымдастыру ерекшеліктері. Оқу процесінде күтілетін нәтижелер: студент осы пәнді оқу нәтижесінде мыналарды істей білуі қажет:

- туристерді қабылдау және маршруттар бойынша жөнелтілу әдістерін қолдану;
- кәсіпорында істейтін менеджерлер мен мамандардың лауазымдық міндеттерін атап өңдеу;
- туристік кәсіпорынды мемлекеттік тіркеу мен лицензиялау үшін қажетті құжаттар пакетін құрастыру;
- туристердің қауіпсіздігін, қызмет көрсету мәдениеті мен сапасын қамтамасыз ету.

Туристік бизнесті ұйымдастыру және жоспарлау курсының толық меңгеру үшін келесі пәндерді алдын ала қарастырған жөн: Мамандыққа кіріспе, Туризмология негіздері, Туризмдегі кәсіпкерлік іс-әрекеттегі негіздері, Туристік өлкетану негіздері, Экскурсия тану.

Туристік бизнесті ұйымдастыру және жоспарлау курсына алынған білімнен кейін студенттерге келесі пәндермен танысқанда өте қажет: Туризм маркетингі, Туризм инфрақұрылымы, Қонақүй шаруашылығы.

Дәріс №1.

Тақырып: Кіріспе. Туристік кәсіпорындарының жұмысын ұйымдастыру

1. Туристік кәсіпорын ұғымы. .
2. Туроператорлық, турагенттік және экскурсиялық фирмалардың негізгі мақсаттары мен міндеттері.
3. Штатқа кіретін және штаттан тыс қызметкерлер.
4. Туристік фирманы басқарудың жаңа түрлері.

Семинар №1.

Тақырып: Кіріспе. Туристік кәсіпорындарының жұмысын ұйымдастыру

1. Туристік бизнес экономикасы – экономика саласы ретінде.
 2. Туристік фирмадағы жұмыс түрлері мен бағыттары.
 3. Турфирманы құру, тіркеу және лицензиялау тәртібі және іс-әрекетке қажетті негізгі құжаттар.
 4. Басқарудың жаңа ұйымдық формалары.
- Негізгі әдебиет: 3(6-15б.).
Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №2.

Тақырып: Туристік кәсіпорындағы басқару және бақылау негіздері

1. Қызметкерлерді талғау және таратып бөлу жұмысындағы кәсіпорын жетекшісінің жауапкершілігі.
2. Басқарудың негізгі функциялары: болжау, жоспарлау, ұйымдастыру, ақпарат тапсыру, мотивация, бақылау және олардың маңызы.
3. Сервистің негізгі принциптеріне: қызметтің клиент талаптарын толығымен орындау, қызметкерлердің жұмыс жағдайын өңдеу, туристік өнімнің сапасы, үлгіге сәйкестігіне сай ішкі және сыртқы бақылау жасау.
4. Мемлекеттік стандарт ұғымы.

Семинар №2.

Тақырып: Туристік кәсіпорындағы басқару және бақылау негіздері

1. Фирма басшысы және мамандардың еңбек көлемі.
 2. Картотекаларды жүргізу, олардың Қазақстанның рекреациялық ресурстары бойынша мазмұны (туроператорлар үшін), көлік мекемелері бойынша, мәдени-көнермендік мекемелер бойынша, орналастыру және тамақтандыру құралдары бойынша картотекаларды жүргізу, өкілдіктер мен консульдіктер жөнінде, жорықтар мен экскурсиялар, спорттық-туристік және экскурсиялық шаралар мамандары жөніндегі мағлұматтар.
- Негізгі әдебиет: 3(17-23б.).
Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №3.

Тақырып: Туристерге қызмет көрсетуді жоспарлау.

1. Туристерге көрсетілетін қызметтердің сипаттамасы: орналастыру, тамақтандыру, трансфер, экскурсиялық және т.б., туризм түріне байланысты.
2. Қызмет көрсету ерекшеліктері, қызметтерге қойылатын талаптар.
3. Кездесуге дайындық.

4. Қызмет көрсету бағдарламасы ұғымы.

5. Турдың өзіндік құнын есептеу.

Семинар №3.

Тақырып: Туристерге қызмет көрсетуді жоспарлау

1. Турларды жобалау.

2. Турпакет құрастыру жоспары.

3. Ұйымдастырушы-ақпараттық әңгімелесу, оның мақсаты.

4. Әңгімелесудің жоспары, үлгісі.

5. Туристерді қонақ үйінде орналастыру.

6. Қызмет көрсетудің аяқталуы, сұрақ қағаздың және бағдарлама орындалуы үшін жауап беретін қызметкердің есеп беруінің мазмұны және оларды зерттеу.

Негізгі әдебиет: 3(17-23б.).

Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №4.

Тақырып: Көлік саяхаттарын ұйымдастыру

1. ҚР көлік жүйесінің жағдайы және оның туризмдегі мүмкіншіліктері.

2. Көлік ролі және ең кең тараған түрлері.

3. Әуе нарығы, сипаттамасы, болашағы.

4. Темір жол көлігімен тасымалдау, оның географиясы.

5. Су туризмі, круиздерді ұйымдастыру.

Семинар №4.

Тақырып: Көлік саяхаттарын ұйымдастыру

1. Маршрут түрлері, олардың сипаттамасы.

2. Көлік құралдарының түрлері.

3. Турларды ұйымдастырудың маусымдылығы.

4. Туристермен инструктаж өткізу. Кеден және шекаралық бақылаудан өту.

5. Қызмет көрсету сапасын бақылау.

6. Туристік топ жетекшісінің есебі, оның мазмұны.

7. Туристік топ жетекшісінің құқықтары.

Негізгі әдебиет: 3(23-32б.).

Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №5.

Тақырып: Автосаяхаттарды жоспарлау

1. Автобустардың орын саны, отын түрі, категориясы, жайлылығы бойынша классификациясы.

2. Автотурларды жобалау жоспарын құрастыру.

3. Автобустың саяхат тобы жетекшісінің құқықтары мен міндеттері.

4. Автомаршрут жолында берілетін ақпарат және оның құрылымы.

Семинар №5.

Тақырып: Автосаяхаттарды жоспарлау

1. Автотасымалдауларды жергілікті және халықаралық дәрежеде реттейтін нормативті-құқықтық құжаттар.

2. Автокәсіпорын мен турфирмалардың контрактілері, міндеттері және жауапкершіліктері.

3. Туристердің құқықтары және міндеттері.

4. Жеңіл автомобильдегі турларды ұйымдастыру.

Негізгі әдебиет: 3(35-43б.).

Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №6.

Тақырып: Туристік әуе маршруттарын дайындау және өткізу

1. Халықаралық әуе турларын ұйымдастыру.

2. Туристерді әуе көлігімен тасымалдау заңдары және ережелері.

3. Чартерлік рейс ұғымы.

4. Чартерлік рейс жетекшісінің құқықтары мен міндеттері.

Семинар №6.

Тақырып: Туристік әуе маршруттарын дайындау және өткізу

1. Әуе турларын жоспарлау.

2. Ұйымдастырылған топтар үшін қолданылатын тарифтер, жеңілдіктер.

3. Чартерлік рейстерді ұйымдастыру.

4. Чартерлік рейс қызметкерлері.

Негізгі әдебиет: 3(35-43б.).

Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №7.

Тақырып: Темір жол және су саяхаттарын жобалау және ұйымдастыру

1. Туристерді темір жолмен тасымалдау түрлері: графикке сәйкес поездар, туристік-экскурсиялық поездар және олардың классификациясы.

2. Темір жолда және турфирмаларда істейтін қызметкерлер ұйымдарының құрылымы.

3. Қазақстанның су саяхаттарын ұйымдастыру мүмкіншіліктері.

Семинар №7.

Тақырып: Темір жол және су саяхаттарын жобалау және ұйымдастыру

1. Балалар турпоездарын ұйымдастыру.

2. Тәрбиешінің құқықтары және міндеттері.

3. Инфрақұрылымға қарай су маршруттарын жоспарлау.

4. Туризм қызметкерлерінің кеме үстіндегі құқықтары мен міндеттері.

Негізгі әдебиет: 3(44-48б.).

Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №8.

Тақырып: Туристерге қызмет көрсету мәдениеті және сапасы

1. Туристік қызмет көрсету сапасын қамтамасыз ету принциптері.

2. Туристік өнімді стандартизациялау.

3. Сапа, қонақжайлық ұғымдары.

4. Туристерге арналған ақпарат құрылымы, негізгі тараулары.

5. Өкілдік қызметтер мен филиалдардың мақсаты мен міндеттері.

Семинар №8.

Тақырып: Туристерге қызмет көрсету мәдениеті және сапасы

1. Өнім сапасына қойылатын ішкі талаптар.
2. Ақпарат тақтасын құрастыру.
3. Ақпарат тақтасының орны, безендірілу ережелері.
4. Туристерге арналған ережелер мен жадынама.

Негізгі әдебиет: 3(49-54б.).

Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №9.

Тақырып: Менеджердің шағым және талаптарды құрастыруы

1. Шағым ұғымы, турфирманың пікірі.
2. Шағымды құрастыру тәртібі. Шағым профилактикасы.
3. Қауіпсіздік – туризм дамуының басты факторы.
4. Туристік фирманың имиджі.

Семинар №9.

Тақырып: Менеджердің шағым және талаптарды құрастыруы

1. Қызмет міндеттерін бұлжытпай орындау – туристерге сапалы қызмет көрсету кепілі.
2. Туристердің қауіпсіздігі ұғымы.
3. Ерекше қауіпті факторлар.
4. Имидж ұғымы – фирманың аталуы, офисті безендіру, қызметкерлердің пішіні, жүріс-тұрысы, жарнама, келіссөздік компанияны өткізу, электрондық технологияларды қолдану.

Негізгі әдебиет: 3(55-60б.).

Қосымша әдебиет: 11.

Дәріс №10.

Тақырып: Туристік қызмет көрсетудің дифференциалды тәсілдері

1. Туристердің әлеуметтік құрылымына қарай саяхат тақырыбын талдау.
2. Балаларға, жастарға, жанұялы саяхатшыларға, қарт адамдарға қызмет көрсетудің ерекшеліктері.

Семинар №10.

Тақырып: Туристік қызмет көрсетудің дифференциалды тәсілдері

1. Клубтың, ойын-сауықтың, білім беруші, іскерлік және т.б. турлар.
2. Турлардың инфрақұрылымы және жоспарлау ерекшеліктері.

Негізгі әдебиет: 3(60-64б.).

Қосымша әдебиет: 11.

Дәрістердің қысқаша жинағы

1-тақырып. Туристік фирма.

Ешбір туристік фирма жету үшін құрылатын мақсаттарды айқындамай толықтай қызмет ете алмайды. «Миссия» (лат. missio – арнау) жауапты міндет, роль, жүктеме. Туристік фирма қызметінде миссия оның өмір сүруінің мәнін айқындайды. Туристік ұйымда миссия қойылымының басты моменттері болып

туристік өнім мен қызметті тұтынушылардың құндылықтары мен күтулері, сондай-ақ туристік фирма жұмысына әсері тиетін жабдықтаушылар, бәсекелестер қызметі болып табылады.

Туристік фирманың бірнеше мақсаттары болады:

- Маркетингтік шараларды жүзеге асыру есебінен фирманың қаржылық жағдайын тұрақтандыру;
- Туризм нарығында туристік өнім мен қызметтің бәсекеге қабілеттілігін көтеру;
- Нарықтың қандай да бір сегментіне ену бойынша стратегияны таңдау үшін туристік қызметті өткізу немесе жүзеге асыру нарықтарын зерттеу;
- Қызметтің негізгі бағыттарын жасау үшін туристік өнімді тұтынушылардың не нәрсеге артықшылық беретінін зерттеу;
- Фирма клиенттеріне кешенді қызмет көрсету;
- Фирма имиджін қалыптастыру;
- Жарнамаларды жүзеге асыру;
- Туристік фирма қызметкерлерінің шығармашылық потенциалын дамыту үшін қажетті жағдайлармен қамтамасыз ету;
- Жоспарланған нәтижелерге жетуді қамтамасыз ететін басымдықты міндеттерді анықтау.

Қойылған мақсаттарға жету үшін және қажетті жұмыстарды орындау үшін басқарудың айқындалған құрылымы болуы қажет етіледі.

Туристік фирманың басқару құрылымы дегеніміз бірегей тұтас жүйе ретінде дамуды және қызмет етуді шарттайтын өзара байланысты элементтердің жиыны. Басқару құрылымы элементтері болып қызметкерлер, өызметтер, басқару аппараты топтары табылады, олардың арасындағы қатынастар тік және көлбеу байланыстар арқылы байланысады. Сонымен бірге иерархиялық және органикалық басқару құрылымы болады.

2-тақырып. Туристік өнімді жасақтау.

XIX ғасырдың басында пайда болған ағылшын тіліндегі “tourist” сөзі жеке басының рахаты үшін немесе мәдени ой-өрісін кеңейту мақсатында жол-сапар шеккен адам деген ұғымды білдіреді. Біріккен Ұлттар Ұйымының анықтамасы бойынша турист дегеніміз белгілі мекенде бір түннен көп те жылдан аз уақыт мерзімі қоныс тепкен адам. Жоғарыдағы анықтамаға сәйкес іс-сапарлар мен түрлі конференцияларға қатысуға кететін жол сапарлар туризм саласына жатады. Саяхат пен туризм түсінігінің ауқымы кең. Саяхат дегеніміз бір орыннан басқа орынға мақсатсыз, мағынасыз қозғалу. Ал туризма дегеніміз “түрлі тауарлар мен қызметтерді ұсынатын және тұрғылықты жерден тыста өтетін процесс”, саяхатпен және уақытша жасалатын, негізінен қол бос уақыт немесе рекреациялық қажеттіліктерді қанағатандыру мақсатында”.

Туризм түсіндіруі қиын феномена: барлық туризм саяхатты қамтиды және бос уақытты, бірақта барлық демалыс уақыты туристік мақсатта пайдаланылмайды. Бұл түсіндірмелерге қарап туризмнің өзіндік ерекшелігін анықтауға болады. Сонымен туризм тұрғылықты жерден басқа жерге демалыс, көңіл көтері үшін

жасалатын саяхат. Оның уақыт шамасы қазір 24 сағаттан асады, ұзақтығы бір жылдан кем болады. Туризм динамикалы құбылыс. Сондықтан да бұл түсініктемелер уақыт өткен сайын толықтырылып анықтала түседі. Себебі туризм адам қажеттіліктерінің бірі. Ал адамдардың қажеттіліктері де уақыт кеңістігінде өзгереді.

Туризм – бұл динамикалы тез дамып келе жатқан, басты мақсаты тұтынушыны толық қанағаттандыруға бағытталған құбылыс. Туризм мен саяхат жөніндегі бүкілдүниежүзілік Кеңес қазіргі заманғы туризмге тән сипаттарды былайша көрсетеді:

- Жылдық айналымы \$3,5 триллионға жетіп жығылатын әлемдегі ең үлкен индустрия. Туризмнің құрамдас бөліктеріне төмендегілер жатады:
- саяхат (теңіз бен мұхит және өзен кеме круиздері; автомобильмен, автобуспен, темір жолмен немесе ұшақты пайдалану);
- жатын орын (қонақүйлер, жол бойындағы мотельдер, конференциялар, түрлі көрмелер мен басқа да кездесулер);
- тамақтану (мейрамханалар, дәмхана, барлар);
- дем алыс пен уақыт өткізу (ойындар, парктер, аттракциондар, ойын-сауық орталықтары).
- әлемдік экономиканың 6,1% қомақты үлес салмағын құрайды және бұл көрсеткіш жылдан-жылға қарқынды түрде өсіп келеді.
- Көптеген елдердің бюджеттерін салықпен толтыруда басты роль атқаратын экономика саласы.
- Дүние жүзі бойынша 127 млн. адам, яғни әрбір 15-ші жұмыс істеуші осы салада қызмет етеді.
- Бүкілдүниежүзілік еңбек бөлінісінде ең тез дамып келе жатқан экономика саласы.

Туризм дегеніміз -жұмысқа, тұрғылықты мекен жайды ауыстыруға қатысы жоқ, адамның қолы бос уақытында жасайтын сапарлары мен саяхаттары және туристердің қажеттіліктерін өтеуге арналған қызмет көрсету сферасы.

Халықаралық туризмнің функцияларына бірнеше мәселе кіреді, ең алдымен бұл функциялар әлеуметтік сипатымен ерекшеленеді. Кейбір аспектілерін атап айтар болсақ:

1. Туризм дегеніміз демалыстың бір түрі. Ол адамдардың күш-қуаты мен еңбек ету қабілетінің қайта қалыпқа келуіне, ендеше үлкен категориялар тұрғысынан қоғамның психофизиологиялық ресурстарының (байлық көздерінің) орнына келуіне көмектеседі;
2. Туризм адамдардың бос уақыттарын ұтымды пайдалануына себеп болады;
3. Туризм еңбекпен қамту мен жергілікті тұрғындардың өмір сүру деңгейін көтеру мәселелерінде үлкен роль атқарады;
4. Туризм адамдар ойлап тапқан іс-қарекеттердің ішіндегі қоршаған ортаға ең бір залалсызы;
5. Туризм мемлекеттер мен халықтарды жақындастырады, аймақаралық әлеуметтік және экономикалық қатынастарды байытып жандандырады.

Жалпы туризмнің әлеуметтік сипатын айтқанда оның ең басты әлеуметтік функциясы ретінде қайта қалпына келтіру мүмкіншілігін атап өткен жөн. Бұл

дегеніміз адамның еңбек ету барысында немесе күнделікті тіршілікте жұмсаған күші мен ішкі ресурстарын орнына келтірумен тікелей байланысты. Туризммен айналысқан адамның демалысы қозғалысымен ерекшеленіп, айналысатын қарекет түрін, қоршаған ортасын өзгертуге және басқа адамдармен, таңсық жаңа мәдениетпен, әдеп-ғұрыптармен танысуға, сондай-ақ табиғаттың бұрын беймәлім құбылыстары мен ерекшеліктеріне баса көңіл аударып білуіне мүмкіншілік туғызатын сауықтың нешеме түрін қамтиды.

Қазіргі заманғы өнеркәсібі дамыған мемлекеттердің басым көпшілігінің тыныс-тіршілігі өнеркәсіп өндірісінің шарықтап өсуімен, одан әрі белең алып келе жатқан урбанизация процесімен, көбіне-көп қоршаған орта жағдайының шиеленісуімен, қала халқының табиғат аясымен байланысының үзілуімен және кәнделікті адам басына төгілетін ұлғаймалы ақпарат көлемімен сипатталады. Аталған факторлар адам бойында денемен тікелей қатысы бар және психологиялық сипаттағы шаршаудың жиналуына, шығатын жері болмағандықтан жұмыс орнында және отбасында күйкілжіңдердің өсуіне, денсаулығының күрт төмендеуіне, еңбек өнімділігі мен өмірдегі белсенділігінің азаюына әкеліп соғады. Осындай келеңсіз салдарлармен күресте туризмнің әкелер пайдасы мол, өйткені туризм адам бойын жан-жақты және толық дерліктей қалпына келтіріп Қана қоймай тұрған жерін, жұмыс ұжымын тастап шығып, үйреншікті орта мен өмір сүру мәнерін де өзгертуге мүмкіншілік береді.

Ғылыми-техникалық прогресс пен өндірісті автоматтандыру жұмыс жасаушылардың бос уақытының көбеюіне игі әсерін тигізуде. Әлеуметтік маңызы бар бос уақытты мейлінше тиімді өткізу мәселесінде туризмнің тигізер септігі көп. Туризм арқылы азаматтар еңбек демалыстарын, каникулдарын, демалыс күндерін экскурсияларда, қызықты саяхаттарда өткізіп, тиесілі уақыттарын өздеріне тиімді де пайдалы етеді.

Жақсы дамыған туристік қызмет жергілікті тұрғындарды жұмыспен қамтамасыз ету тәрізді мәселені де шеше алады. Осы орайда туризмнің ең бір адам еңбегін көп қажетсінетін сала екендігін ерекше атап өткен жөн, қызықы сол бұл саладағы еңбектің механизация мен автоматизацияға ие беретін тұстары кемде-кем. Сондықтан туристік қызмет дамыған сайын сала маңында жұмыс істейтіндердің де саны көбейеді, басым көпшілігі келімді-кетімді туристерге тікелей қызмет көрсетуге жұмылдырылады.

Туризм жоғары табыс әкелетіндіктен ж.,не салыстырылмалы түрде жұмсалған қаржыны тез қайтаратындықтан тұрғылықты халықтың тұрмыс деңгейін жоғары көтеру сияқты және бір маңызды әлеуметтік мәселеде тікелей де, жанамалы түрде де аса үлкен роль орындайды. Тікелей әсері мыналармен анықталады:

- туристік маусымдағы аталмыш аймаққа келіп құйылатын ақша ағымы;
- туристік ұйымдардың ұлғаятын табысы;
- қызмет көрсетушілердің еңбек ақысының көтерілуі;
- тұрғылықты адамдар арасындағы жұмыссыздықтың азаюы.

Туризмнің тұрғылықты халық тұрмысын арттырудағы жанама ролі осы сала маңындағы инфраструктураны, әртүрлі қызмет көрсету орталықтарын (темір

жол, байланыс желісі, тұрмыстық қызмет көрсету пункттері, дүкендер, спорт орталықтары, кафе, ресторандар, аттракциондар және т. б.) құру мен дамытуда мұрындық болуымен сипатталады. Осылардың игілігін туристермен қатар тұрғындар да кіреді.

Туризмнің қоршаған ортаға залалсыздығын айтқанда оның әдетте табиғи тепе-теңдікті бұзбайтындығын, экологияға тигізер зиянының жоқтығын тілге тиек етпекшіміз. Іс барысында табиғи орта объектілерін, автомобиль жолдарын, мәдениет, тарих және сәулет өнері ескерткіштерін пайдалана отырып, туристік сала олардың қалыпты жағдайда болуына, керекті тұсында орнына келтірілуі мен реставрациядан өтуіне мүдделі. Туристердің қажеттіліктерін орындау олардың осында келуіне себепші болған қоршаған ортаға, әсіресе табиғи байлықтарға кері әсерін тигізбеуі керек.

Әлеуметтік сипаттағы функцияларынан бөлек туризм қоғамдағы кезек күттірмейтін экономикалық проблемаларды шешуде де үлкен роль атқарады. Туризмнің экономикаға әсерін төмендегідей аспектілері арқылы білуге болады:

1) туристік орталықтардағы жергілікті халықтың табыс көзі болып табылады;
2) халық тұтынатын тауарлар шығаратын салалардың дамуына оң әсер етеді, себебі туристер толқыны тауардың көптеген түрлеріне деген сұранысты көтеріп жібереді;

3) таным мен сауыққа құрылған бизнестің өркендеуіне себепкер болады, сондықтан жергілікті әкімшілік қонақжайлықтың негізгі себепшілері ескерткіштер, мұражайлар, архитектуралық ансамбльдердің сақталуына және әртүрлі сауық аттракциондарының өмірге келуіне айрықша назар аударады;

4) табыс алып келеді және көлік мекемелері мен басқа ұйымдардың дамуына игі әсер етеді;

5) байланыс қызметінің дамуын тездетеді, өйткені туристер тұрғылықты орындарымен хабарласу үшін пошта, телеграф және телефонды пайдаланады;

1. жергілікті өнеркәсіп бұйымдарына деген сұранысты күшейтеді, әсіресе сувенир сату туристік орталық үшін жақсы жарнама деп есептеледі;

2. елге көп мөлшердегі шет ел валютасының келуіне көмектеседі.

Мемлекет тұрғысынан туризмнің маңыздылығы таза табысқа салынатын, мемлекеттік және жергілікті бюджеттерге түсетін салық мөлшерімен, сондай-ақ бюджеттік емес қорларға аударылатын қаражат көлемімен бағаланады.

Туризм әлеуметтік және экономикалық функциялардан бөлек гуманитарлық функцияларға ие:

1) демалысты өз халқы мен өзге халықтардың өмірін, тарихын, тұрмыс-тіршілігін, дәстүрлерін біліп, танумен ұштастыруға болады, осылайша адамның көкжиегі кеңейеді, интеллекті дамиды, әлемнің шын бейнесін сезінуіне көмектеседі;

2) туризмнің гуманитарлық маңызы танымдық функциямен қана шектеліп қоймайды, ол сондай-ақ халықтар арасындағы бейбіт, достық қарым-қатынастарды одан әрі дамытуда жетекші роль орындайды;

3) өсіп келе жатқан жас ұрпақты тәрбиелеудегі туризмнің орны елеулі. Қызықты экскурсиялар мен маршруттар баланың ой-өрісін кеңейту мен эстетикалық талғамын қалыптастыруға жақсы әсер етеді.

3-тақырып. Туризм инфрақұрылымы.

Туристік индустрияны қонақ үйлер мен басқа да жатын орындардан, көлік құралдарынан, қоғамдық тамақтану объектілерінен, танымдық, іскерлік, денсаулықты түзеу, спорт және басқа демалыс кешендерінен, сондай-ақ туристік операторлық және агенттік қызмет көрсететін, аудармашы-гидтердің еңбегін пайдалана отырып, экскурсиялық қызмет түрлерін ұсынатын ұйымдар жиынтығы деп атауға болады.

Туроператорлық, турагенттік және басқа саяхат ұйымдастыру жұмыстары туристік

Қонақ үй ісі деп қандай да бір ортақ жатын құралдарына (сиымдылығы кемінде 10 номерлік) меншіктік құқығы бар немесе меншік иелерінің шешімімен осындай правоға ие болған жеке және заңды тұлғалардың (жеке кәсіпкерлердің) меншікті басқару арқылы азаматтарға уақытша жатын орын ұсынумен және қызмет көрсетумен айналысатын істі айтады.

Экскурсиялық іс дегеніміз саяхатшыларды уақытша келіп түскен елді мекендегі немесе мемлекеттегі туристік ресурстармен таныстыру мақсатында ұйымдастырылатын іс-шаралар.

Әлемде капиталистік қарым-қатынастардың орнауы мен одан әрі дамуы ұйымдасқан туризмнің пайда болуына әкеп соқты. Халықаралық туризмге ауадай қажет экономикалық, саяси және әлеуметтік алғышарттардың қалыптасуында капиталистік қоғамның маңызы ерекше. Буржуазиялық төңкеріс жеңіске жетіп, капитализмге алғаш аяқ басқан ел Англия болатын. Нақ осы елде алдымен ішкі маршруттарға, кейінірек шет елдерге жол сызған алғашқы туристік ұйымдардың пайда болуы кездейсоқтық емес. Осы заманқы туризмнің басы 1841 жылы ішімдіктен сау адамдар ұйымының 570 мүшесін Лейстерден Лафобороға Т. Кук ұйымдастырған туристік сапардан басталады. Сол жолғы сапар барысы баяндалған жолнама біздің күндерімізге бәз қалпында жетіп отыр. Осы тарихи оқиғаның өмірге келуіне жол салған сол замандағы өндірістегі соны жаңалықтар мен темір жолдың пайдалануға берілуі нәтижесінде халықтық орын ауыстыруға деген артқан белсенділігі еді. Ашылған ұлан-ғайып мүмкіншіліктерді Т. Кук пайдаланып қалуға тырысты. 1851 жылы Лондонда бірінші халықаралық өнеркәсіп көрмесі ашылғанда ол тек Қана Йоркширден 165 мың адамды аттандыруды ұйымдастырды. Ал 1854 жылы Англияда саяхатшылар мен туристерге арналған 8 мың қонақүй жайында мәліметтер беретін алғашқы анықтама баспадан жарық көрді. Ел ішінде туристік бизнестің қарқынды дамуы Т. Кукке шет елдерге сапар ұйымдастыру мүмкіншілігін қарастыруға ой салды. Сөйтіп ол 1855 жылы Францияға, Париждегі Дүниежүзілік көрмеге туристік сапар ұйымдастырады. 1856 жылдан бастап Еуропаның басқа да елдеріне туристік саяхаттар жасауды ұйымдастырады. XIX ғасырдың 50-70 жылдары Еуропаны аралаған шет елдік туристердің басым көпшілігін ағылшындар құрайды. Осы уақытта Еуропа елдерінде “Англегер”, “Британик”, “Лондон”, “Виндзор” деп аталатын қонақ Ұйлер, ал тілдеріне “экспресс”, “лайнер”, “комфорт”, “бой” тәрізді ағылшын сөздері біржолата енеді. XIX Ғасырдың екінші жартысында Еуропадағы темір жолдың ұлғаюы туризмнің дамуына зор әсер етті. 1888 жылы континентте

болып қайтқан ағылшын туристерінің саны 500 мыңға жетіпті. 1838 жылдан Лондон мен Нью-Йорк арасында пароход маршруты ашылды. “Грейт вестерн” атты дөңгелеквинтті пароход Америкадан Еуропаға ең алғашқы 68 жолаушыны жеткізді. Жолаушылар саны үнемі өсіп отырды, егер 1840 жылы шамамен 8 мыңды құраса, 1860 жылы бұл көрсеткіш 26 мыңға дейін көтерілді. 60-шы жылдардың орта шенінен Англия мен АҚШ арасында туризм дами бастайды. Бұл жерде де Т. Куктің еңбегі сіңеді: 1865 жылы Америкадан Англияға және кері бағыттағы туристік саяхаттардың ұйытқысы болады. 1866 жылы ағылшындық туристердің алғашқы тобы Америка жағалауына аяқ басады. 1867 жылдан туристік теңіз саяхаты басталады. 1882 жылы Кук алғашқы жахандық саяхатын жасайды. Туристік фирмалар қонақ Ұйлер мен ресторандардың иелерімен, темір жол, пароход компанияларымен Қана келісім шартқа отырып қойқанды місе тұтпай қоғам тарапынан түсетін сұранысты зерттей бастады, болашақ сапарлардың маршруттарын қағазға түсіріп, бағдарламаға туристерге ұсынылатын саналуан шараларды енгізуді жөн көрді. Ресейдегі алғашқы туристік компанияны 1885 жылы Санкт-Петербург қаласында Л.Липсон ашты. Ресейдегі туризм индустриясының дамуына айрықша тоқталған жөн. XIX Ұасырдың екінші жартысында мұнда экскурсиялық сапарларға көп мән беріледі. Осы кездері Санкт-Петербург, Мәскеу, Қазан, Тифлис, Екатеринбург және империяның басқа да қалаларында филиалдары бар жаратылыстану әуесқойлары қоғамының, Одессада орын тепкен Қырым тау клубының, Пятигорскіде жұмыс істейтін Кавказ тау қоғамының аттары ел ауызын шуылдатады. Ұланғайыр байтақ Қазақстан Республикасының көлемі 2,7 млн шаршы шақырым. Республикамыздың 90 пайызы жазық. Территориямыз оңтүстіктен солтүстікке қарай, шығыстан батысқа қарай еңкіш болып келеді. Оңтүстікте және оңтүстік шығыста көкпен тілдескен Тянь-Шань таулары, Саур, Тарбағатай, шығыста Алтай таулары орналасқан. Таулы өлкенің табиғи және климаттық жағдайы мен орташа қар жамылғысы (30-60 см) қыстық туризм түрлерін дамытуға мүмкіндік береді. Еліміз оңтүстіктен солтүстікке 1600-км, батыстан шығысқа 3000 км созылған. Солтүстіктен оңтүстікке қарай орманды дала, дала, шөлейт және шөл зоналары алып жатыр. Республикамыздың барлық жері дерлік ауыл шаруашылығына пайдаланылуда. Дегенмен де, әр табиғи зонада өзінің баз қалпын көрушілеріге қорықтар орналасқан. Күннің түсу ұзақтығы солтүстікте 2000 сағаттан, ал оңтүстікте 3000 сағаттан асады. Қазақстанның климаты шұғыл континенталды. Қаңтардың орташа температурасы минус 1-5 °С оңтүстік, 19-20° солтүстікте. Ең ыстық ай-шілде. Шілде айының орташа температурасы 18°С солтүстікте, 29°С оңтүстікте. Желдің жылдамдығы оңтүстікте 4,5-5,0 м/с, шөл зонасында 3-4 м/с жетеді. Қазақстанда құрғақшылық климатына байланысты су торуына бай емес. Ұзындығы 1000 шақырымнан асатын 10 өзен бар. Ең ұзын өзен Ертіс өзені. Ең үлкен көл Балхаш көлі. Ең терең көл Алакөл көлі. Алакөл, Зайсан, Балхаш көлдері және Капшағай, Шардара, Бухтарма су қоймалары жағалаулары жағажай ретінде дамыса, бұл су ресурстары су спортын дамытуға мүмкіндік беруде. Республикамызда 500-ге жуық минерал су көздері, 120-ға жуық емдік батпақтар бар. (Медельбеков А.М.,1998) Республика аумағының 7 пайызын

орманды дала алып жатыр. Бұл зона қоңыржай континентті. Мұнда вегетациялық ұзақтығы 120-145 күнге тең. Мұнда Батыс Сібір типтес жайпақ ойдымды, шоқ қайыңды ормандар басым келеді. Тыныс органдарымен байланысты дерттерге өте жақсы ем ретінде қолданылады. Бұл ландшафт грунттың тым ылғалдануы жағдайында жаралу тегі бір-біріне жалғасқан көне көлдік және көлдік өзендік жазықтарда қалыптасқан. Жақсы керізелген саздақты жерлер мен өзен беткейлерінде жоғары бөліктерін құнары шайылған қара топырақты қабатты астық тұқымдас түрлі шөпті тоғайлы дала алып жатыр. Ормандық қара топырақта көктеректі-қайыңды орман өседі. Орманда дала зонасы 70 пайызына дейін дәнді дақылдар егісі үшін пайдаланылады. Дала ландшафтысы Қазақстанның 20 пайызын алып жатыр. Ландшафтың зоналық типтері қуаң және құрғақ климат жағдайларында қалыптасқан. Вегетациялық кезең ұзақтығы 135-170 күн. Жылу мен ылғалдың мөлшеріне байланысты зона мынадай бөліктерге ажырайды: кәдімгі қара топырағында түрлі шөп, боз мол өскен қалыпты құрғақ нағыз дала, оңтүстіктің қара топырағында түрлі шөп-бетегелі бозды қуаң дала, қызыл қоңыр топырақтағы бетегелі-бозды қуаң дала. Тоғайлық қара топырақ пен қызыл миялы ылдиларда көктеректі-қайыңды шоқ ормандар мен түрлі шөпті-астық тұқымдас шалғындар, ал жыралар мен сайларда байрақ орманы мен бұталары өседі. Бұл зонадағы тұзды, тұщы көлдерде құстар өте көп. Бұл орнитологиялық туризм ұйымдастыруға қолайлы. Шөлейт ландшафт зонасы ландшафтың зоналық типі ретінде тек Қазақстанда орын алған. Бұл зона Каспий маңы ойпатынан Алтайға дейін 2900 км-ге созылған. Шамамен 23% созылған. Вегетациялық кезең 170 күннен астам. Ландшафтары: ашық қызыл қоңыр сортаңды және карбонатты топырақта жусанда-бетегелі, жусанды-бетегелі, жусанды-көделі еркек шөпті шөлейтті мен ағынсыз көлдері, сорлары, құмды массивтері бар сазды жайпақ ойдымды құрылымдық жазықтар, ашық қызыл қоңыр топырақтағы жусанды-бозды бетегелі шөлейтті, рельефі толқындық аңғарлық саздақты қабаттық жазықтар, шалғындар, жусанды шөлейттер, тұзды көлдері. Шөл ландшафт зонасы Қазақстанның 40 пайызын алып жатыр. Каспий маңы ойпатының оңтүстігін, Маңғыстау түбегін, үстіртті, Солтүстік Арал маңын, Бетпақдаланы, Сырдария ойпатын, Қызылқұм мен Мойынқұм массивтерін, солтүстік және Оңтүстік Балқаш маңын қамтыған. Шөл Іленің, Алакөлдің, Зайсанның тау аралық жазықтарына да енген. Вегетациялық кезең 200 күнге созылған. Мұнда қоңыр топырақта астық тұқымдастар өскен сортаңды –жусанды шөлдер орналасқан. Барханды-төбешікті құмдарыда дамыған, алювийді топырақтарында тоғай типтес өсімдіктер өседі. Ландшафт құрылымында көбіне шөл адырлар, тақырлар, сусымалы құмдар, тұзды көлдер кездеседі. Қазақстанда тасты, құмды, сазды-қиыршық тасты, сазды шөлдер қалыптасқан. Туристерге арнайы қиыншылықты көруге байланысты шөлді жерлерде көшіп қону элементтерімен байланысты турлар ұйымдастырылса көп жетістікке жетуге болады. Таулық аймақ ландшафтысы Қазақстан өңірінің 10 пайызын құрайды. Қазақстан таулары аласа, биіктері орташа, биік таулар болып бөлінеді. Аласа таулардың абсолюттік биіктіктері 500-1000 м-ге дейін. Қоңыржай континенттік климат жағдайларында қалыптасқан аласа таулар. Ландшафтысының құрылымы шоқы

аралық және шоқылар, бөктер таулардан, қара қызыл қоңыр және кәдімгі қара топырақтағы түрлі шөп-сұлыбас, түрлі шөп-сұлыбас-қызыл бозды саздақты даладан тұрады. Континенттік типтер тобы Оңтүстік Оралды, Мұғалжарды, Ұлытауды, Шыңғыстауды, Қаратауды, солтүстік Тяньшанның аласа таулы ярусын, Сауырды, Тарбағатайды біріктіреді. Ландшафтары: бұта аралас жусанды-бетегелі-бозды өсімдіктер өскен сайлармен, аласа таулармен мүшеленген саздақты дала, қызыл қоңыр, сұр топырақты шөлейт.

Тым континенттік типтер тобы Маңғыстауға, Шу-Іле тауларына, Қаратаудың шеткі бөліктеріне тән келеді. Биіктігі орташа таулар биік таулы жоталардың жіңішке ярусын құрайды. Батыс және Солтүстік Тяньшанда, Жоңғар Алатауында, Сауыр, Шыңғыста және Алтайда бұлардың абсолюттік биіктігі 800-1300 м-ден 2200-2800 м-ге дейін жетеді. Ландшафт қалыптасуында ауаның таулық-жазықтық циркуляциясы, ауа массаларының жоғары көтерілуі, атмосфера шептерінің алмасулары орын алады. Орташа таулар далалық, ормандық-тоғайлық-далалық биіктік зоналарға бөлінеді.

Таулық-далалы ашық қоңыр және ашық қызыл қоңыр топырақтағы жусанды-астық тұқымдасты құрғақ дала ландшафтылары таудың оңтүстік беткейлері мен 2000-2200 м биіктіктен орын алады. Климаты суық, жылдың орташа температурасы 10° жоғары. Жылдық орташа жауын-шашын мөлшері 500-780 мм-ге дейін. Жауын-шашын негізінен қар күйінде түседі. Абсолюттік биіктіктері 2200-2800 м-ге дейінгі төменгі белдеу таулық-шалғындық қара топырақта өскен орман мен бұталардың жұрнақтары бар субальпілік тоғай және тоғайлы дала бойынша сипатталады. 2600-3200 м-ге дейінгі абсолюттік тоғай мен шалғынды дала белдеуі кездеседі. Күнгірт қылқан жапырақты орманнан, төселген аршадан және қарағанан жоғары орналасқан субальпілік шалғын тек солтүстік, ішінара солтүстік шығыс және солтүстік батыс беткейлерінде кездеседі. Қазақстан Республикасының туристік рекреациялық алғы шарттарының мысалы ретінде туристер көп баратын көрнекі жерлерге тоқталамыз. Туристердің көп барып жүрген табиғи көрнекі жерлердің бірі - Түрген шатқалы. Іле Алатауы ұлттық паркінде табиғаттың керемет жері – Түрген шатқалы (Алматыдан 90 шақырым) орналасқан. Шатқалда ыстық су көздері, форель питомнигі, сарқырамалар және көптеген ормандар бар. Қылқан және аралас жапырақты орманға, альпілік және субальпілік көгалдарға, көлдер мен бұлақтарға, дәрілік өсімдіктер мен жидектерге толы аумақ Ассы үстіртіне дейін 44 шақырымға тереңдеп кіреді. Ежелде “Хан қақпасы” арқылы Еуропадан шығысқа – Қытай мен Үндістанға қарай көш өтетін. Кең аңғар шығысқа қарай 60 шақырымға созылып жатыр (Шарын каньондарына немесе Көлсай көлдеріне велосипедпен баруға болады).

Түрген шатқалы сарқырамаларымен танымал, олар жетеуге жуық. Аюлы сарқырамасы 30 метрлік биіктігімен және аспалы жартастар мен жасыл шыршалар арасында орналасуымен көз тартады. Ал Бозгүл сарқырамасы тастан жол тесіп шыққан суының қатты тасқынымен белгілі. Шатқалдағы жартастар жер сілкіну салдарынан жарылған және оларда мұз дәуіріне дейінгі өсімдіктердің қалдықтары сақталған. Шатқал сирек кездесетін Чин-Түрген мүктік шыршалық өсімдіктерімен әйгілі, олар жерге жамылғы түрінде өсіп,

тұтас шырша кілемін түзеді. Шатқалдағы ең әйгілі жер – Ботан орманшылар станциясы үш өзен тоғысқан жерде. Түрген шатқалының тереңдігі – 920 м. Ассы өзенінің бойында ежелгі қорғандар мен тас бетіндегі суреттер кездеседі. Шатқалда б.э. дейінгі 500 ж. – б.э. 300 ж. көрсетілген ежелгі сақтар мен үйсіндердің зираттары көптеп кездеседі. Шатқалда “Синегорье”, “Тау Түрген” сияқты демалыс үйлері орналасқан, онда ыстық су көздері Түрген өзеніне барып құяды. “Синегорье” демалыс үйі теңіз деңгейінен 1500 м биіктікте Микушино шатқалында (қаладан 70 шақырым) орналасқан. Демалыс үйіндегі бөлмелер әр түрлі. “Синегорье” демалыс үйінен жоғарырақта кішігірім тау көлдері бар, онда суға түсуге және балық аулауға болады. Солтүстік Тянь-Шанның інжу-маржаны деп Көлсай көлдерін атайды. Биік таулы үш көл Күнгеі Алатау жотасының тармағында орналасқан. Бұл - демалу, жаяу саяхатқа шығу, атпен және тау велосипедімен саяхаттау үшін таптырмайтын орын. Еңжақын елді-мекен – Сатыауылы (Алматыдан 320 шақырым). Бірінші көл 1818 м биіктікте 1 шақырымға созылып жатыр. Оған баратын жол салынған, маңында қонақ үйлер орналасқан. Ортаншы Көлсай көлі (2252 м) – ең үлкені және әдемісі, ол бірінші көлден 5 шақырым жерде орналасқан. Жоғарғы Көлсай 4 шақырым қашықтықта және 600 м биікте орналасқан. 6 шақырым жерден кейін қырғыз шекарасында Сары-Бұлақ асуы (3278 м) орналасқан. Табиғаттың сулу көлдерінің бірі Қайыңды деп аталған көл Күнгеі Алатау жотасының шығыс бөлігінің солтүстік тармағында қылқан жапырақты орман ішінде теңіз деңгейінен 2000 м биіктікте орналасқан. Ол осыдан 100 жыл бұрын әк тастың ойылып құлауы нәтижесінде пайда болды. Шөгінді шатқалды табиғи дамба түрінде жауып қалды. ұзындығы 400 м жететін көлдің тереңдігі шамамен 30 м. Осы жерден Саты шатқалына, Шелек өзенінің аңғарына, қайыңды шатқалына керемет көрініс ашылады. Қайыңды көлі – адам көзінен таулармен жасырылған көгілдір керемет. Шарын каньоны – адамдар дем алатын зкотикалық орындардың бірі. Жер бедерінің сумен шайылған және мүжілген формалары адамды құмдақтан жасалған керемет бейнелер - “Бекіністер аңғары”, “Жалмауыздар шатқалы” сияқты ертегілер әлеміне жетелейді. Каньон Шарын өзенінің бойымен солтүстік-шығыстан оңтүстік-батысқа қарай 154 шақырымға созылып жатыр. Бұл Солтүстік Тянь-Шанның суы толық өзендерінің бірі болып табылады (Алматыдан шығысқа қарай 193 шақырым). Бұл өңірдің жер бедері әртүрлі. Каньон беткейлерінің, бағандары мен аспалы бөліктерінің биіктігі 150-300 м жетеді.

Қазақстан табиғи көрнекі жерлермен қатар Мәдениет пен Өнергмен ерекше айқындалады. Қазақстан жеріндегі бейнелеу өнерінің бастау тегі жартаc суреттерімен, тас мүсіндермен байланысып жатыр. Таңбалы тастар ежелгі кезден дамып келе жатқан елдің бір тарихи іспетті. Тамғалы шатқалында табылған 2000-ге жуық суреттерден күн басты құдайлар таңбаларын бастап тасқа қашалған Будда мүсінін де көруге болады. Бұл суреттерден Аңшылық көріністердің суреттерін қиял-ғажайып бейнедегі жан-жануарлардың мүсіндерін, сәндік қолданбалы өнердің түрлерін түсінбеген кездер де болды. Сақтардың сәулетшілік шеберліктердің біздің жыл санауымызға дейінгі ескерткіштерге қарап бағалауға болады. Жеті-Асар, Шірірабат, Бабыш-молла

мазарлары сияқты ғимараттардың салынуындағы талғам-тәсілдер Орта Азия мен Қазақстан, Таяу Шығыс сәулет өнерінің дамуына ықпал еткен. Өкінішке орай осы күнге жеткен кешенді тарихи жерлердің жағдайы нашар күйде.

Орта ғасырдағы ең әйгілі қалалар: Испиджаб, Отырар, Тараз, Құлан, Суяб, Мерке, Баласағұн, Асы және т.б. Туризм дамыту бағдарламасы Отырар қаласын жаңғыртып, үлкен туристік орынға айналдыру мәселесі шешуде.

Қараханидтер кезінде, яғни XI-XII Ұасырларда сәулет өнері шырқау биікке көтерілді. Құрылысқа күйдірілген кірпіштер қолданыла бастады. Туристердің ең қызығатын объектілерінің бірі мәдени көрнекі жерлер. Өзіндік ерекшелігі бар Қазақтардың өмір салты, ол- көшпенділік өмірімен байланыстылығы. Қазақ ауылдары әдетте мекен-тұрақтары бойынша рулық тегіне орай қалыптасқан. Ұлы Жүз оңтүстікті, Орта Жүз орталықты, Кіші Жүз батыста иемденген. Қалаларда саудасы мен қолөнері, мал шаруашылығы мен егістіктер қатар дамып отырған. Қалаларда үлкен кітапханалар орналасып сауатты адамдар арабша төте жазу білген. Көшпелі өмір салт төрт түліктің ұдайы жайылымын өзгертіп отыруды қажет етеді.

Қазақстанның тарихи көрнекі жерлерінің дені Жібек жолының Қазақстандық бөлігінің негізгі трассасындағы объектілер. Оңтүстік қазақстан (Алматы, Жамбыл, Оңтүстік Қазақстан облыстары) – ортағасырлық сәулет өнерінің әйгілі ескерткіштері (Тараз қаласындағы Айша-биді, Қарахан, Бабаджа-Хатун мазары, Түркістандағы Қожа Ахмет Яссауи кешені), Жетісуда (Алматы облысы) айрықша скиф қорғандары бар ежелгі тарих және мәдениет аймағы. Аймақта Байқоңыр ғарыш айлағы орналасқан.

Алматы – еліміздің аса ірі орталығы, 1997 жылғы 10 желтоқсанда астана мәртебесінің өзгеруіне қарамастан, Қазақстандағы басты қалалардың бірі болып қалуда. Бұл қала мемлекет ішіндегі мемлекет болып табылады. Бұл – Қазақстанның мәдени, ғылыми, қаржы, сауда, көлік және туристік орталығы.

Тянь-Шань жоталарының баурайында орналасқан әсем қаланың “бақ-қала” деп аталуы кездейсоқтық емес. Көктемде алма, өрік, шие ағаштары гүлдеген кезде қала ертегіге ұқсас болып кетеді. Асқар тау бөктеріндегі жасыл желекке оранған Алматы басқа қалалардан ерекшелене түседі. Бақтар, тоғайлар, парктер, гүлзарлар қала аумағының 8 мың гектардан астамын алып жатыр. Алматы атауы “алма” сөзінен шыққан. Алматының әйгілі апорты әсем Іле Сырты Алатауы сияқты қаланың символы болып табылады.

Қаланың өте бай тарихы бар. Кейбір деректерде ертеректе осы жерлерде, атақты Жібек жолында Алматы сауда мекені болғаны келтіріледі. Оны XIII ғасырда Шыңғысхан ордасы талқандады. Ал 1854 жылы ежелгі қала маңында Верный қаласы пайда болды. Кеңес өкіметі жылдары бұл бекініс Алматы деп аталды, 1929 жылдан 1997 жыл аралығында Қазақстанның астанасы болды.

Бүгінгі таңда Алматы аса ірі мәдени, ғылыми, оқу-ағарту орталығы болып табылады. Кәсіпкерлік салада ынтымақтастық орнату, туристердің керемет демалуы және көңіл көтеруі үшін мүмкіндіктер жетерлік.

Атақты жазушы Юрий Домбровский осыдан отыз жыл бұрын Алматыны Зенков ғимараттарының елестету мүмкін емес деп жазды. Оның бірегей сәулет ғимараттарының бірі – әулие Вознесенскийдің Кафедральдық соборы, ол 28

панфиловшылар паркінде орналасқан. Бұл сәулет ескерткіші – дүние жүзіндегі ежелгі бірегей 8 ғимараттың бірі. Ол 1904-1907 жылдары архитектор А.П.Зенковтың жобасы бойынша салынды. Оның қабырғаларын суретші Хлудов салған суреттер безендіреді. Собордың биіктігі 50 метр. Ең қызығы, собор 1910 жылғы жер сілкінісінен аман қалды. 1997 жылдан бастап соборда шіркеу қызметі қайта жүргізіле бастады. (Алматы, энц.)

Қазақстанның ежелгі қалаларының бірі -Тараз қаласы. Тараз (Талас) қаласы – ірі сауда орталығы болған. Ежелгі кезде оны саудагерлер қаласы деп атаған. Бұлақтарға ұқсас тар көшелер орталыққа – базарға келіп тірелетін.

Тараздағы базар – барлық тіршілік тоғысқан жер. Мешіті, балшықтан салынған үйлері, шеберханалары бар бұл қала базарға байланысты және базар маңында пайда болды. Базардан барлық нәрсе сатылады және керек затынды сатып алуға болады. Тараздың іскерлік байланысы ауқымды болғаны соншама, мұнда көптеген елдер өз көштерін жіберетін. Базар әлемі таңғажайыпға толы. Ежелгі кезде “Тараз базары – әлемнің айнасы” деп бекер айтпаған. Тараз базарымен ғана әйгілі болған жоқ. Тараз – алтын, күміс және мыс тиындарын шығарған қала. Бұл қала халықаралық сауда бекеті ғана емес, сонымен қатар көптеген ғасырлар бойы аса маңызды түсті металлургия орталығы болып табылады. Таразға жақын жерде күні-түні тау-кен кәсіпорындары жұмыс істеп тұратын. Бас бостандығынан айрылған 10 мың адам кен өндіріп, одан күміс балқытатын. Тараздың қолөнершілері металды ыстықтай өңдеу – балқыту, құю және әшекейлеу әдістерін білді. Металлургтер металдарды балқыту мен қорытпаларды алуда үлкен жетістіктерге қол жеткізді. Тараз шеберлерінің мыстан жасалған бұйымдары – әсемдік заттар салатын қобдишалар, шамдар, қару-жарақты, киімді безендіретін заттар, ер-тоқым әбзелдері және тағы басқа заттар дүние жүзіне таралды. Бұл бұйымдар көркемдік өрнектелуімен және құю әдісімен ерекшеленетін. Ең бастысы, шеберлер дәстүрі ұрпақтан ұрпаққа жалғасын тауып отырды. құю өнерінің мысалы ретінде Түркістандағы Қожа Ахмет Яссауи мавзолейіндегі қазанды атауға болады. Оның өлшемі бойынша теңдесі жоқ. Оның диаметрі – 2,2 м, салмағы – 2 тонна.

Тараз қаласы зергерлік өнерде үлкен жетістіктерге қол жеткізді. Тараз зергерлері сәндік бұйымдарды жасаудағы шеберлігі өте жоғары болды. Олар шағын тигльде металды балқытып, оған форма берді. Асыл тастарды қашау зергерлік бұйымдар жасалатын орындарда жүргізілді. Тараз зергерлері көптеген асыл тастармен жұмыс істеді, бірақ та ең сүйікті тасы – бирюза болды. Зергерлер күмісті қарайтуға ерекшеден қойды, оның құпиясы ұрпақтан ұрпаққа беріліп отырды. Қарахан және Дауытбек мавзолейі, ел басқарушылар сарайлары, ежелгі мазарлар өткен ғасырға саяхат жасауға мүмкіндік береді. қазіргі Таразқасының айналасында ЮНЕСКО дүниежүзілік ескерткіштер тізіміне қосқан, ежелгі сәулет өнерінің ескерткіштері - Бабаджи-Хатун және Айша-биді мавзолейі және Ақыр-тас кешені сақталған.

Айша-Биді мавзолейі– бұл махаббат пен қасірет ескерткіші. Аңыз бойынша ақын қызы Айша-Биді шайқас алаңынан жеңіспен келе жатқан сүйіктісін күтеді. Әскерлер жақындап қалғаны туралы хабар алысымен, сәйгүлікті ерттеп алып, жеңімпаздарды қарсы алуға шығады. Тағатсыздана күткені соншалық,

сүйіктісінің қолында қыз жүрегі жарылып кетеді. Тағы бір аңызда су жағасында жылан шағып өлтіреді. Сүйіктісін қатты сағынған ару өмірден қош айтысар шағында некесін құюды сұрайды. Жігіттің қайғысы шексіз болады. Сонда белгісіз сәулетші келер ұрпаққа шексіз махаббат туралы айтуды көздеді. Содан бері сегіз ғасыр өтті. Айша-Бибі мавзолейі – ою-өрнектердің 60 астам түрі қолданылған Қазақстандағы бірден-бір ескерткіш.

Ақыр-тас кешені – Ұлы Жібек жолында салынған ең құпиялы ғимараттардың бірі. Оның қалдықтары қазіргі кезге дейін Жамбыл қаласынан 40 шақырым шығысқа қарай Ақшолақ станциясы маңында сақталған. Ақыртас қалдықтарын зерттеген көптеген ғалымдар осындай үлкен ғимараттың неліктен салынғанын түсінуге тырысты. Ол сыртқы контурының периметрі 185 және 205 метр тікбұрыш болып табылады. Сыртқы қабырғаларының қалыңдығы бес метрге дейін жетеді, олар ұзындығы бір жарым метрлік, ені сексен және биіктігі тоқсан саниметрлік кара-қызыл құмдақтан жасалған блоктардан жасалған. Қазіргі кезде 21 ғасырдың кен қарқынмен қоғамға енуі, халық санының өсуі және қалалардың дамуы адамдардың табиғатқа, қоршаған ортаға әсерін қайта қарауды қажет еткізді. Өткен ғасырдың 60-90-шы жылдары қоғамның жаңа ұғымдар "инвайрментализм" немесе "экологизм" деген ұғымдар пайда болады. Бұл екі сөз қоршаған орта деген мағынаны береді. Алайда географиялық орта мен табиғи ортаны айырмашылығын ажырату керек. Географиялық орта дегеніміз адамның игеруімен байланысты өзінің түпкі сипатын өзгерткен орта. Ал табиғи орта дегеніміз адамзаттың қолы етпеген табиғаттың аясы.

Экология терминін ғылымға алғаш рет 1866 жылы енгізген неміс ғалымы Эрнест Гэкель. Дербес ғылым ретінде экология шамамен 1900-шы жылы қалыптасты. Туризмнен келетін пайдамен қатар зиянды жағы да қатар жүреді. Ол қоршаған ортаға деген қауіп және туризм жергілікті табиғаттың және мәдениеттің бұзылуына әкеп соғады. Бұл әсіресе дамыған елдердің туристерінің дамушы елдерге саяхатын қатты көрінеді. Сондықтан да жоспарланған туризм арқылы бұл кереғар мәселелерді жеңілдетуге болады. Жасыл орта, жасыл ел әрқашанда туристердің негізгі қалауы. Сондықтан да соңғы жылдары өріс алып келе жатқан феномен экологиялық туризм. Бұл көрініс жалпы туризм үлесінде 10 пайызды құрайды.

Халықаралық Туризм ұйымы мен Туризм және Саяхат жөніндегі Халықаралық Кеңес туризмде экологияны қорғау принциптерін жасады. Бұл табиғи ортаның, қоршаған ортаның ресурстарын үнемді пайдалану, туризмнің қоршаған табиғатқа тигізетін әсерін барынша төмендету және қалдықтарды азайту, жаңа технологияны дамыту т.т. Туристік іс әрекет кезінде қоршаған табиғи ортамен тығыз байланыс та жүреді. Бұл төңіректе көптеген зерттеулер де жүріп жатыр. Бұл кейбір аудандардың мысалы Кариб бассейні, Алпі курорт орындарының көкейтесті мәселелерінің бірі.

Туризм әсері тікелей, жанама және жақсы, жаман болып бөлінеді. Тағы да айта кетейік жақсы жақтарының үлесінің басымдылығы жоспарлы, дұрыс ұйымдастырылған жерлерде ғана көрініс алады. Туризмнің жақсы әсерлері: тарихи ескерткіштерді қорғау және қалпына келтіру, ұлттық парктер

ұйымдастыру, қорықтардығы флора мен фаунаны көбейту, жағалаулармен теңіздерді қорғау, ормандарды сақтау.

Қаржы тапшылығынан көптеген дамушы елдерде бұл мәселеге көп көңіл бөліне бермейді. Туризмнің әсері көбінесе туристерге деген көзқараста қамтылып бір жақтылы болып кетеді. Бұл кейде жергілікті жерге қысымдылық болуы мүмкін. Туризмнің жаман әсері түптеп келгенде көп орын алып келеді. Қазіргі кезде туристік фирмалар мен ұйымдар өздерінің түсетін пайдасын көбірек ойлайды. Және де қоршаған табиғи орта жағдайы кешенді жүргілізуі керек.

Туризмнің қоршаған ортаға әсері.	
Жаман жақтары	Жақсы жақтары
<ol style="list-style-type: none"> 1. Экосистеманың өзгеруі 2. Урбандалу және қала сыртының дегредациясы 3. Судың (теңіз, өзен, көл) ластануы 4. Жағалаудың эрозиясы 5. Ормандардың азайуы 6. Өсімдіктердің азайуы 7. Жануарлардың ниетсіз миграциясы 8. Ауаның ластануы 9. Қалдықтармен ластану 10. Шу (көлік дыбысы) ластану 11. Сипатты ластану (туристер саны көбейген кезде жарнамалар, көрсеткіштер, ақпараттық тақташалар көп пайдаланылады) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Туристер тек қана табиғаттың бөлінбеген жеріне ғана қызыққандықтан табиғи қорғау объектілері көбейеді. 2. Туристер үшін арнайы жануарлар дүниесі қорғалады 3. Туристерден түскен қаржыға қоршаған орта қорғалады. 4. Туризм басқа өнеркәсіптің дамуына тежеу жасайды. (мысалы: химия өнеркәсібінен туризмге қарағанда қоршаған ортаға көп зиян келеді)

Туризмнің әсерін зерттеуге түрлі моделдер қолданылып жүр. Басты құрал нормативті актілер, заңдар, құқық органдар тиымдары. Бұл керісінше туризмді жоспарлау мен дамытуға кері әсерін тигізбеу керек. Осы орайда бұл саланың мамандары туризм әсеріне баға беріп, туризмнің сиымдылығы (емкость) мен кеңдігін (вместимость) анықтауы қажет.

Экологиялық жағдай саясаты күнен күнге актуалды блып отыр. Экологиялық туризм немесе экотуризм жасыл туризм деп те аталады. Экотуризм тұрақты туризм және оның негізгі бес критерияларын атап көрсетуге болады. 1. Табиғи орта ресурстарын пайдалануға негізделуі; 2. Зиян тигізбеу немесе өте аз зияны болуы шарт; 3. экологиялық білім мен ағартушылыққа негізделеді; 4. жергілікті табиғат және мәдениетті көтеруге бағытталады; 5. экономикалық тиімді, жергілікті ауданды дамытуға үлес қосады. Адамдардың сана-сезімін экологиялау мен қоршаған ортаның жағдайы туралы ақпарат беру, тұтынушының демалыс түрін және демалын жерін таңдауда экологиялық туризмге деген сұраныстың өсуінен көрінеді. Бұл үшін негізінен үш принцип қойылған. Олар туристерге қызмет көрсетуден түскен табыстың бір бөлігі, сол жерді қорғауға бөлінеді; табиғатты қорғау міндеттерін орындау және зерттеу мақсатымен орындалатын туристік саяхат болуы керек. Экотуризм-тек рекреациялық мақсатпен емес, сонымен бірге тану мақсатымен жасалған демалыс. Қазіргі экологиялық туризмге әр түрлі әдебиетте әр түрлі анықтама беріліп жүр. Солардың ішінде көп тарағаны АҚШ Экотуризм қоғамы берген анықтама: экотуризм-салыстармалы қол тимеген қоршалған ортаға, оның

экосистемасына зақымдамай, сондай-ақ экологиялық жағдай жасап тұрған табиғи және мәдени этнографиялық ерекшеліктерін көру мақсатымен жасалған туристік саяхат.

Экотуризмнің негізгі мақсаты техникалық даму барысында қоршаған ортаны қалпына келтіруге немесе сақтап қалуға болатынын көрсету. Экологиялық туризм түрлері:

биотуризм-негізгі объектісі тірі организм; барлық фауна мен флора, табиғи туризм- объектісі барлық қоршаған табиғат ортасы. Бұл флора мен фаунаны, тау, үңгір, көл өзен, т.б., агроэкотуризм –объектісі ауылдар мен фермалар. Еуропа елдерінде кең қарқынмен дамып келе жатыр. Экотуризмнің түрлері мен қолдану әдісінен бірнеше бағытқа байланысты топтастырылады: тану бағыты-туристердің қызықты табиғи территориялардың флорасы мен фаунасымен танысуы, ерекше ландшафттарын көруін айтуға болады; ғылыми бағыт-жоғалып кету қаупі бар флора және фауна өкілдерінің тіршілік ету ерекшеліктері туралы ғылыми мәлімет жинаумен байланысты; әуесқойлық бағытың ерекше түріне-орнитологиялық және ботаникалық туризмдер жатады. Орнитологиялық туризм құстарды бақылау, ал ботаникалық туризм қазіргі кезде сирек кездесетін, жойылуға жақындап қалған ерекше өсімдіктермен танысу. Спорттық аң аулау қоршаған ортада аңдарды суретке түсіру болып табылады. Экологиялық туризм көбіне Солтүстік Америка және Африка құрлықтарында дамыған. Осы мыңжылдықты Халықаралық Туризм ұйымының есептеулерінде экологиялық туризм түсімі 40% дейін көтеріліді деп күтілуде. Қазақстанда экотуризм өзінің бастауында. Қазақстанда кездесетін төрт орманда дала, дала, шөлейт және шөл табиғи зоналарының бұзылмаған көрінісі территориямызда орналасқан қорықтардан көрінеді. Қазіргі кезде экологиялық маршруттарды " ТОО Экосистем ", "Тоо Жибек Жолы ", "Туран Азия" және де басқа туристік фирмалар ұсынады. Экотуризмнің Қазақстанда болашағы зор, себебі бұл туризм түрі арнайы инфрақұрылымды қажет етпейді. Бірақ та экотуризмді дамыту үшін мәдени ағарту жұмысын жүргізу керек. Бұл әңгімелесу, плакаттар, жарнамалық стендтер, кинофильдер, слайдтар арқылы жүреді. Қазақстанның экотуризм объектілері қорықтар, ұлттық парктер, заказниктер және т.б.

Туризм типтер мен категорияларға бөлінеді. Туризм үш типке жіктеледі: ішкі, сыртқа шығатын және ішке кіретін. Туризм категориялары халықаралық, ел ішіндегі және ұлттық туризмдерден тұрады. Бір күндік саяхатшылар экскурсанттар, ал түнемеге қалатындары туристер қатарына жатқызылады. Экскурсанттар қатарына круиздік кемемен елге келіп, түнемеге жергілікті жатын орындарын пайдаланған қонақтар да кіреді.

Ішкі туризм дегеніміз аталмыш елде тұрғылықты өмір сүретін тұлғалардың ел ішіндегі саяхаты. Тұрғылықты халықтың басқа елге саяхат жасауы сыртқы туризм деп аталады, ал басқа елдерде тұратын азаматтардың аталған елге саяхаты ішке кіретін туризмге жатқызылады. Әлеуметтік туризм түсінігіне мемлекеттік әлеуметтік мұқтаждықтарға бөлетін субсидиялар есебінен жасалатын саяхаттар жатса, әуесқой туризмге туристердің өздері

ұйымдастырған жүріс-тұрыстың белсенді түрлері қолданылатын саяхаттар кіргізіледі.

Туризмдегі тұтыну нақты экскурсант пен туристің қажеттіліктерін өтеуге жұмсалатын тауарлар мен қызметтің сомасы болып табылады.

Туристік өнім ретінде әдейілеп экскурсант пен туристің пайдалануы үшін өндіріс орындарының сатуға арнап шығарылған еңбек өнімін түсінуіміз керек.

Туристік қызмет- мекемелер, ұйымдар мен кәсіпкер азаматтардың демалысқа, экскурсияға және саяхатқа шыққандардың қажеттіліктерін орындауға бағытталған ісі.

Туристік өнім мен қызметтер алуан түрлі қызмет пакеттерін (турлар) құрайды; орналастыру, тамақтандыру, транспортпен қамтамасыз ету, мәдени, спорттық, рекреациялық, экскурсиялық және басқа, оның ішінде арнайы қызмет түрлері де бар қызметтер мен саяхатшылар түскен жерлерінде пайдаланатын туристік тауарлар мен сувенирлер (карта, схема, рюкзак, күннен сақтайтын көзілдірік, т. б.) комплексті жүріс-тұрыстардың құрамына кіргізіледі. Қызметтер пакеті (турлар) мыналардан тұрады:

- орналастыру қызметі;
- тамақпен қамтамасыз ету қызметі (оның ішіне сусындар да кіреді);
- транспорт қызметі;
- трансферлер(қарсы алу, шығарып салу, турист пен багажды жеткізу);
- экскурсиялық, рекреациялық, мәдени және спорттық қызметтер;
- дүкендерді аралатуды ұйымдастыру қызметі;
- өзге қызметтер (төлқұжат алу, виза дайындау, дәрігерлік және мал дәрігерлік сертификаттар алу, сақтандыру полисін толтыру мен автомобиль прокаты және т. б.).

Туристік тур- орналастыру, тамақпен қамтамасыз ету, экскурсиялық, оның ішінде аудармашы-гидтер мен туристік менеджерлердің (топ басшыларының) және басқа саяхаттың мақсатына қарай қажет болуы мүмкін қызмет түрлерінің кешені. Туристік турлардың инклюзив және инсентив деген түрлері айрықша жиі кездеседі.

Инклюзив-тур- туристік фирмалардың виза алудан бастап, жеткізу, қонақ үйге орналастыру, тамақпен қамтамасыз ету, трансферлік, маршрут барысында экскурсиялық қызмет көрсетулерден тұратын сатуға шығарған саяхат кешені. Мұндай турлар жеке тұлғалармен қатар топпен жасалатын саяхаттар үшін де ұйымдастырылады.

Инсентив-тур- мекемелердің өз есебінен еңбектегі жетістіктері үшін (мысалы, өнім сату көлемін арттырудады ерен еңбегі, ойлап тапқан жарнамасының тиімділігіне қатысты, жеке құрамды оқытудағы еңбегіне орай) қызметкерлеріне ұсынатын көтермелік саяхаты.

Топтық саяхатқа бірнеше тұлғаның бәріне біркелкі жағдайда бір маршрутпен бірлесіп жасаған саяхатын жатқызамыз.

Жеке саяхат деп бір немесе бірнеше адамның жоғары бағадағы дербес қызмет көрсетумен тығыз байланысты болатын тәуелсіз саяхатын айтамыз.

Арнайы туризм термині арнайы турларды сатып алып, барған жерлерінің айрықша өзіндік ерекшеліктерін зерттеп білуге, жеке тәжірибе жинауға,

спорттық нормативтерді тапсыруға, белсенді демалыс өткізуге белін буған туристерге қатысты айтылады.

Қалай болғанда да саяхаттар, турлар, сапарлар алдын ала таңдалған маршруттар мен бағдарламалар бойынша жасалып, белгілі мақсатпен анықталған уақытта жүзеге асады.

Маршрут- саяхат барысында туристің белгіленген транспорт түрлерін пайдалана отырып, жоспарланған географиялық жер мен нүктелерді кезегімен аралағандағы жүріп өтетін жолы. Сапар бойында туристің жүріп өтуі тиіс жолының әрқилығына байланысты сызықты, айналмалы, радиалды және аралас маршрут түрлерін ажыратады.

Сызықты маршрут- турист бір географиялық нүктеден шығып, сапарын басқа бір географиялық нүктеде аяқтайды.

Айналмалы маршрутта турист сапарының соңында бастапқы жеріне қайтып келеді. Радиалды маршрутта турист бір географиялық пунктте орналасып алып, басқа жерлерге барып, қайтып келіп отырады. Аралас маршрутты сапар барысында сызықты, айналмалы, радиалды маршруттардың элементтері пайдаланылады. Туристік саяхаттың бағдарламасы көрсетілген кіні мен уақытына сәйкес маршрут барысында қонақ үйде, экскурсиялық мақсатта көрсетілуі тиіс туристік объектілерде, тамақтану орындарында жасалатын аялдамалардан, сондай-ақ ішкі маршруттың транспорттағы жүріс кестесінен тұратын шаралардың жиынтық жоспары. Жалпы типтік немесе жеке жол сапар жоспары келісім шартта айтылған саяхатшыға сатылған туристік қызметтерді атқарудың жоспары болып табылады.

Туристік продуктының нарық ұсынатын негізгі үш түрі бар.

Біріншісі- туристік қызметтердің кешенінен тұратын кәдімгі тур. Фирмалар мен туроператорлардың (ұйымдастырушылар) ұсынатын турлары жеке басына пайдаланатын тұтынушының өзіне немесе көтере сатып алатын делдал фирмалар мен турагенттіктерге сатылуы мүмкін. Бөлшек саудаға түсетін турлар туристік жолдамаларды сатудың фирмалық ішкі ережелеріне сәйкес сатылады. Екінші түрі- көліктік, орналастыру, шет елдік төлқұжатты толтыру, виза алу, өмірді сақтандыру, экскурсиялық бағдарлама, автомобильді жалға алу және көптеген қызмет түрлерінің кейбіреулерін ұсынатын туристік қызмет.

Үшіншісі- туристер мен саяхатшыларға қажет жалпы хабар беретін материалдардан да (каталогтар, анықтамалар, карталар, сөздіктер, жол бастағыштар, сувенирлер) тұратын туристерге арналған сан-алуан тауарлар.

Туристік тауарды әзірлеу маркетингтік зерттеулерді, нарық сегменттері мен бәсекелестерді талдауды, болашақтағы тұтынушы сұранысының, жолсапарлар бағытының қайда бұрылатынын, туристік нарық конъюнктурасының өзгерістерін білуді қажет етеді, сондай-ақ осының барлығын әзірлеуге, жарнамалық қолдау мен рыноктарға жылжытуға кететін шығын мөлшерін бағалауды талап ететін күрделі де сан қатпарлы процес. Тұтынушы табысының көлемі мен оның не нәрсеге артықшылық беретіндігі туралы қолда бар мәліметтерді жан-жақты талдаудан өткізу арқылы, тур ұйымдастырушының туристік тауарды әзірлеуге жоспарлаған қаржы мөлшерін ескере отырып, экономикалық тиімділігі мен мақсатқа сайлығын бағалауға болады.

Экономикалық қызметтің бір түрі қонақүй индустриясы келушілерге төлем ақыға қонақ үйлерде, кемпингтерде, мотельдер мен студент жатақханаларында қысқа мерзімге жатын орынмен қамтамасыз етуді ұйымдастырады. Халықаралық практикада ХТҰ-ның мамандары әзірлеген туристерді жайғастыру құралдарының Стандартты классификациясы қолданылады. Сыныптауға сәйкес туристерді жайғастырудың барлық құралдары: дара және ұжымдық екі категорияға бөлінеді.

Ұжымдық жайғастыру құралы ретінде бөлмеден не басқа үй-жайдан үнемі немесе кей уақытта туристерге түнемелікке орын беретін кез келген объектіні түсінуіміз керек. Ұжымдық жайғастыру құралдарына қонақ үйлер мен соған ұқсас жайғастыру құралдары, мамандандырылған мекен-жайлар мен басқа да орналастандыру мекемелері жатады. Қонақ үйлердің мынадай белгілері бар:

- бір жерден басқарылып, номерлерінің саны мақұлданған ең аз көрсеткіштен асады;
- күнделікті төсек жинау, номер мен дәретхананы тазалаудан өзге сан алуан қонақүйлік қызмет түрлеріне машықтанған;
- елдегі стандарттар мен қажетті құрал-жабдықтармен қамтамасыз етілуіне, көрсететін қызмет түрлерінің санына сәйкес класстар мен категорияларға жіктеледі;
- мамандандырылған мекен-жайлар қатарына қосылмайды.

Мамандандырылған мекен-жайларға номерлерден тұратын, күнделікті төсек жинау, номер мен дәретхананы тазалау тәрізді қызметтерден бөлек шектелген қонақүй қызметтерін көрсететін пансионаттар мен төсек-орын, мебельмен қамтамасыз етілген бөлмелер, туристік жатақханалар мен басқа орналастыру құралдары жатады.

Мамандандырылған мекемелер орналастыру қызметтерінен өзге және бір қандай да болмасын арнайы функция орындайды.

Жеке-дара жайғастыру құралдарына тұлғаның келуші-резиденттерге жатын орын ретінде ұсынатын өз меншігіне тиесілі не жалгерлікке алынған, ия болмаса туысқандары яки таныстары тегін пайдалануға берген пәтерлер мен виллалар, коттеждер мен жеке тұрғын ғимараттар, бөлмелер, сол сияқты таймшер апартаменттері жатады.

Әлемнің әр мемлекеті қонақ үйлер мен өзге де орналастыру құралдарының категориясын белгілеу мақсатында Франция мен Ресейдегі жұлдыз, Англиядағы тәж сияқты түрлі символ-белгілерді қолданады.

Қонақүй дегеніміз саны белгілі номерлерден тұратын, бір орталықтан басқарылып, түрлі қызмет ұсынатын (кем дегенде күнделікті төсек жинау, номер мен дәретхананы тазалау), көрсетілетін қызмет түрінің мөлшері мен номерлерінің жабдықталуына сай класстар мен категорияларға жіктелетін ұжымдық орналастыру құралы.

Орналастыру мекемелерінің іс-әрекеті номерлерінің саны, категориясы, номерлерді толтыру коэффициенті, ұсынылатын қызмет саны, бағасы тәрізді көрсеткіштермен сипатталады. Қонақ үйлері жоғары, орта, эконом классты және апартамент тектес болады. Қалалардағы жоғары классты қонақ үйлер қызметкерлерінің көптігімен және көрсететін қызметінің өте жоғары

деңгейімен ерекшеленеді. Мұндай қонақүйлердің типтік сипаттары: көлемі (номер саны аз немесе орташа), қала орталығында орналасуы, қызметкерлері жоғары білікті мамандардан тұрады, ғимараттың іші-сырты қымбат безендірілген, жоғары сапалы техника мен құрал-жабдықтармен қамтамасыз етілген. Басқарушышылық компания басқарып, ірі іскер адамдарға, жеке туристерге, конференциялар мен симпозиум делегаттарына қонақүй қызметтерін көрсетеді.

Қонақүйдің өзге типі орта класстағы қонақ үйлер жеткілікті кең қызмет түрлерін аймақтарда қалыптасқан орташа бағамен ұсынады.

Апартамент-отельдер- пәтерлік типтегі ас бөлмеге қажетті құрал-жабдықтармен, ыдыс-аяқпен, тұрмыстық техникамен толық жарақтанған қонақүй номерлерінен тұрады. Осы тектес қонақүйлер демалыс игеру жүйесінде (таймшерде) кең қолдау тапқан.

Эконом класстағы қонақүйлер әдетте қала шетінде, орталыққа тез жетуге мүмкіншілік беретін транспорт магистральдарының бойында орналасып, шектелген қызмет түрлерін ұсынады.

Қонақүй менеджментінде қонақтарды қарсы алу мен орналастыру, техникалық қызметкерлер мен бөлме жинаушылар, қоғамдық зона, маркетинг және тамақтандыру қызметтері жеке бөлініп қарастырылады. Соңғы кездері қауіпсіздік қызметіне баса назар аударылады.

Туристер мен саяхатшыларға сатылатын турларға тамақтану мәселесі жиі кіргізіледі. Саяхатта тамақтанудың үш негізгі формасы болады: тамақтану турпакет ішінде; тамақтану турпакет құнына кірмей, қосымша ақшаға жасалады; өзіне-өзі қызмет ету- турист барған жерінде ақша төлеп тамақтанады. Тамақтану турпакетке кіргізілгенде оның құны қонақүй номерінің немесе турдың бағасының ішінде деп түсінген жөн. Тамақтану таңертеңгі астан (континенталды немесе толық), таңертеңгі ас пен кешкі астан немесе үш мезгіл (толық пансион) астан тұруы мүмкін. Кейде ауқат құнына сусындар да кіргізіледі. Егер турист екі мезгіл асқа тапсырыс берсе ол- жартылай пансион деп аталады. Егер турдың құнында тамақтану көрсетілмесе, турист барған жерінде қосымша ақы төлеуі қажет. Турист өзіне-өзі қызмет еткенде не тамақты өзі әзірлейді (демалыс игеру жүйесінде, таймшерде жиі кездеседі), не мейрамханадан, дәмханадан тамақтанады. Швед столы мен буфет залға қойылған тамақтың қандай түрлерінен қанша жеймін десе де туристің өз еркіне қалдырады.

Табльдот- даяшының шектеулі тамақ түрінен тұратын бәріне ортақ бір ас мәзірімен қызмет ету тәсілі. “А ля карт” формасы бойынша клиент мейрамхана ұсынған мәзірімен (жеке адамдар мен шағын топтарға арналған) таңдаған тамағына тапсырыс береді. Қызмет көрсетудің клубтың формасының дамуы туристің демалыс кезінде 24 сағат бойына тамақтану қызметінің барлық түрін керегінше пайдалануына мүмкіндік беріп отыр.

4-тақырып. Туризм саласында көліктік қызмет көрсетуді ұйымдастыру.

Туризм адамдардың ел ішінде не сыртқары мемлекеттерде болсын бір жерден басқа бір жерге орын ауыстыруын қажет етеді. Көлік әуемен, су бетінде және жермен қозғалатын категорияларға бөлінеді.

Қазақстанда әуе көлігі қызметін 61,7% туристер, халықаралық автобуспен 28,5%, темір жол көлігімен 8,2% және басқа да құрлық көлігімен 1,6% туристер қолданды.

Әуе көлігінде жолаушылар тасымал кестесі бойынша белгіленген маршруттар негізінде жасалатын авиациялық рейстердің, кестеге кірмейтін рейстердің (әсіресе чартерлік және басқа жолаушы тасымалы кестесіне бағынбайтын), сондай-ақ ұшатын аппараттарды экипажымен жалға алу арқылы дiттеген орындарына жеткізіледі. Чартерлік рейсті туристерді межелеген жерге жеткізу үшін көлік құралын (ұшақтар мен тікұшақтар, теңіз бен өзен кемелері, катерлер, автомобиль мен автобустар) тасымалдаушыдан жалға алып туристік компаниялар ұйымдастырады.

Су көлігі теңіз, каботаж және ішкі су транспортынан тұрады. Теңіз транспортында туристердің ерекше қызығушылығын круиз кемелері туғызады. Теңіз круиздерін ұйымдастырған кезде кемең жылдамдығына емес, туристердің кеме бортында өткізген уақытында алатын оң эмоцияларына баса назар аударылады. Кей уақытта туристерді шақыру мақсатында жолаушыларды ғана емес, сонымен қатар олардың автомобильдерін де тасымалдауға мүмкіндік беретін паром қолданылады. Жер бетімен қозғалатын транспорттың темір жол, автобус және автомобиль (сыймдылығы 8 адамға дейінгі) сынды түрлері бар. Жермен жүретін транспорттық қозғалысы бекітілген тасымал кестесімен сай келуі тиісті, алайда кестеден тыс тасымалдаулар (арнайы туристік сапарлар, алыс чартерлік немесе автобуспен жасалатын экскурсиялар) да сирек емес. Мұнан өзге туристерді әуежай-қала, вокзал-қала (трансфер) маршруттары бойынша тасымалдайтын мамандандырылған автомобиль көлігі бар. Туристердің көп шоғырланатын жерлерінде көлік құралдарын жалға беру қызметі жолға қойылған. Туризм көлік құралдарына (олардың қауіпсіздігі, жылдамдығы, жайлылығы маңызды роль атқарады) толық тәуелді.

Туристік тасымалдың басым бөлігін коды, яғни қысқартылған аты бар ұлттық не халықаралық әуе компаниялары атқарады. Әуе тасымалының құны қандай әуе компаниясының қызметін пайдаланғандығына, ұшу бағыты мен қашықтығына, баратын мемлекеті мен сапардың ұзақ-қысқалығына, әсіресе көрсетілетін қызметтің класына, броньдау мен билетті қайта өткізудің шарттарына, жолаушылардың жасына байланысты әрқилы болады.

Авиабилет әуе тасымал шартын растайтын құжат. Жолаушы белгіленген тәртіп бойынша толтырылған, тасымалдаушының өзі немесе оның уәкілді агенті берген жарамды құжатын көрсеткенде ғана тасымалдаушы көлікке отырғызылады. Билет бағыты мен қызмет көрсету класына сәйкес жолаушы мен оның жүгін аттану пунктiнен құжатта көрсетiлген пунктке жеткізгенше жарамды болып табылады. Билет сатып алардың алдында ұшу шарттарымен жете танысып, альтернативаны таңдау қажет: жоғары жайлылық немесе

барынша аз құн тілеу, қайтар рейстің датасы, жалғыз немесе жанұямен бірге ұшу, тамақтану төңірегіндегі, темекі шегетін не шекпейтін салонға орналасу сияқты ерекше бұйымтайлар. Билетті сапардың соңына дейін сақтағанда ғана шартта көрсетіліп, іс жүзінде аяққа басылған қызметтерге орынды кінәрат-талаптар қоюға болады. Әлемнің кез келген әуе компаниясында жолаушы тасымалының үш негізгі класы бар, ал билеттер класына сәйкес өзіндік әріппен таңбаланады: бірінші (Р); бизнес-класс (С); эконо-класс (У).

Бірінші класс билеті ең қымбаты болса, арзаны- эконо-класс. Класстағы айырмашылықтар отыратын креслоның жайлылығымен, ұшу барысында ұсынылатын тамақтың сапасымен, тегін өткізуге болатын жүктің көлемімен есептеледі. Кейбір әуежайларда бірінші класс жолаушыларына ғана арналған жанға жайлы жағдайлар жасалған, тегін аперитив қойылған, күту залдары жабдықталған. Тұрақты рейстер қалыптасқан маршрут бойынша белгіленген күндері жолаушылардың санына қатыссыз уақытылы жүргізіледі. Мұндай рейстерге билетті алдын-ала сатып алуға болады. Тасымалдау кестесіне кірмейтін чартерлік рейстер нақты адамдар тобын белгілі пунктке жеткізу үшін нақты фирмалармен немесе әуе компанияларымен ұйымдастырылады. Әдетте чартерлік рейс билеттері арзанырақ келеді.

Темір жол жолаушылар тасымалының негізгі мақсаты халықаралық дәрежеде және ел ішінде қалалар мен аймақтарды жалғастыру үшін тасымал қызметтерін ұсыну болып табылады. Халықаралық ережелер бойынша ұйықтауға арналған вагондар қызметі ұжымдық жайғастыру құралдарына, вагон-ресторандардың қызметі тамақтандыру қызметіне жатқызылады. Темір жол тасымалы келісім шартына сәйкес темір жол жолаушы мен оның жүгін сатып алған билет-құжатына сай поездан орын беріп, межеленген жерге жеткізуге міндеттеме алады, ал жолаушы белгіленген тариф бойынша билет құнын, жүктің салмағы мен көлемі рұхсат етілген нормативтерден асып кетсе, сол артық жүктің тасымалын төлеуге міндетті. Жол жүру билеті тасымал келісім шарты болып есептеледі. Тасымалдау қызметтерінің құнына төмендегілер белгіленген қашықтыққа темір жолмен жүріп өту правосының тасымал тарифіне сәйкес анықталған сомасы; плацкарт құны (жолаушының түрлі класстағы вагондарда түнемелік орынға правосы); жол үстінде болуы мүмкін бақытсыздықтардан сақтандыру сомасы; билетті алдын-ала сатып алуға байланысты комиссиялық терімдер.

Темір жол көлігіндегі қызметтердің сапасы поездың түріне (пошталық, жолаушылар, жүйрік, фирмалық), орналастыру класына (жалпы вагон, плацкарт, жұмсақ не қатты орын, тура бағыттағы поездың І-ші классты жатын вагоны) тікелей қатысты.

Жол үстімен қозғалатын көліктерге автобустар мен сиымдылығы 8 кісіге дейінгі автомобильдер жатады. Автобус көліктері туристерді алыс қашықтықтарға (жүріс кестесімен немесе өзге уақыттарда) жеткізу мен бір күндік экскурсиялар үшін, сондай-ақ трансферлер мен ішкі маршруттарда да пайдаланылады. Орналастыруына қарай автобустар класстарға бөлінеді. Жоғары классты жүйрік экспресс автобустарда ұйықтауға жағдай жасалған, аудио-видеотехникамен, буфетпен, дәретханамен қамтамасыз етілген.

Көп жерлерде автомобильді жалға беру ісі жақсы жолға қойылған. Туристерге автомобильдің алуан түрі ұсынылады, әсіресе бұл бизнес спорттық демалыс (гольф-клубтар) пен ұжымдық демалыс игеру орындарында (таймшер) үлкен сұранысқа ие. Теңіз және өзен круиздері қазіргі уақытта туристік нарықтық зор сегментін алып отыр. Соңғы уақыттары туристермен қоса олардың автомобильдерін де тасымалдайтын теңіз паромы тектес кемелерге сұраныс артуда. Круиздік және паром кемелері билеттерінің құны кемелінің үлкендігіне, жайлылығына, көрсетілетін қызметтерінің деңгейі мен стандарттарына, каюталарының класына байланысты өзгереді. Теңіз экскурсиялық круиздерінің ең белгілілері Греция мен Эгей теңізінің аралдарына жасалады. Темір жол, кеме қатынасы және автобус компаниялары туристік бизнеске белсенді түрде араласуда. Кеме қатынасы компаниялары круиздер мен экскурсиялар, темір жолдықтар жеңіл тарифпен туристік сапарлар, автобус кәсіпорындары өздігінше экскурсиялар мен серуендер ұйымдастырады. Автомобиль фирмалары туризм ісіне ең алдымен автомобильдерді жалға беру арқылы енуге тырысуда. Әуе тасымалдаушылары, мысалы Атырау әуежолы, Саяхат, Астана ауа жолы билет құны жоғары болғандықтан, жергілікті туристер басқа әуе жолдарының қызметін көбірек пайдаланады.

5-тақырып. Туристік кешенде қызметкерлерді басқару.

Турөнімнің өнеркәсіптік тауарлардан басты өзгешелігі, өндірістік процесте адамдар кеңінен қатысады, осы себептен адамдық фактор турөнімнің біртектілігі мен сапасына айтарлықтай әсері болмақ. Қызмет көрсету сапасының лайықты деңгейінде болу үшін көптеген туристік ұйымдар қызмет көрсетулер стандартын – барлық турөнімдер мен қызмет көрсетулердің белгіленген сапа деңгейін кепілдеу үшін туристерге қызмет көрсетуде орындалуға міндетті ережелер кешенін жасақтайды. Стандарт қызмет көрсетулер деңгейі бағаланатын белгілерді айқындайды. Қонақ үйлерде мұндай белгілерге келсілерді жатқызуға болады:

- ақпараттың алынғандығы жөнінде қоңырауға жауап уақыты (15, 20, 30 секунд);
- орналастыру қызметіндегі үлгілеу уақыты (кезек болмауы қажет);
- нақты қызмет көрсетуге байланысты жұмсалатын уақыт (айталық, қонақ киім-кешегін тазалау және жуу бір тәуліктен аспауы қажет);
- қонақ үй персоналының униформасы болуы мен сыртқы түр-келбеті лайықтығы;
- персоналдың шетел тілдерін білуі.

Қазіргі таңда қонақ үй-туристік сферасында білікті жұмыс үшін технологиялық дайындық, қонақ үй-туристік бизнес аймағындағы қажетті біліммен бірге сәйкесінше психологиялық дайындық та қажет. Қызметкердің жеке тұлғалық сапасы, оның интуициясы, тәжірибесі, жағдайды жан-жақты бағалай білу қабілеті барынша маңыздылыққа ие болуда.

АҚШ-та өткізілген зерттеулер нәтижесі көрсеткендей, егер де клиентке қызмет

көрсетулер сапасы ұнаса, ол мұны қалған бес адамға, ал егер жағымсыз әсер алса, ол мұны қалған он адамға жеткізеді.

Туризм индустриясы ұйымдары персоналы: тіркеуші, даяшы, консьерж, горничная, гид-аудармашы, топты алып жүруші, бортжолсерік, автобус жүргізушісі, турфирма менеджері және т.б. - өз жұмысын клиент саяхаттан риза болып оралатындай орындап, жағымды әсер қалдыруы қажет.

Туризм индустриясы ерекшелігі, ондағы персонал турөнімнің бөлігі болып табылады, сондықтан да туризмдегі менеджменттің басты күші адам ресурстарын (персоналды) басқаруға бағытталуы қажет.

Қызметкерлерді басқару туристерге сапалы қызмет көрсетуді ұсынуға мүмкіндік беретін әдістер мен процедураларды жасақтауды қамтиды.

Турфирма қызметкерімен жұмыс жүйесі өзара байланысты алты ішкі жүйеден құралады: кадрлық саясат, персоналды таңдау, персоналды бағалау, персоналды бөлу, персоналды бейімдеу, персоналды оқыту.

6-тақырып. Туризм саласындағы қызмет көрсетулер нарығы.

Туризм сферасындағы негізгі маркетингтік принциптер:

- туристік қызметтің ақырғы нәтижесіне бағыттылық, мақсаттылық – нарықта турөнімді тиімді өткізу және нарықта белгілі бір үлеске ие болу;
- турфирманың минуттық емес, маркетингтік жұмыстың ұзақмерзімді нәтижесіне бағытталуы;
- потенциалды сатып алушылардың талаптарына белсенді бейімделе отырып бірегей және өзара байланысты стратегия мен тактиканы пайдалану;

Нарықты кешенді зерттеу маркетингтік зерттеулердің негізі болып табылады және бірнеше кезеңдерден тұрады:

- турөнімді зерттеу;
- нарықты зерттеу;
- тұтынушыларды зерттеу;
- бәсекелестерді зерттеу.

Маркетингтік зерттеулерді жүргізген кезде турөнімнің төрт кезеңнен құралған өмірлік циклын есепке алу қажет: ену, өсу, жетілу, құлдырау.

Нарықты зерттеу:

- географиялық орналасуы;
- нарық сыйымдылығы, турөнімнің мүмкін үлесі;
- бәсекелестік жағдай;
- дамыған инфрақұрылымның болуы;
- конъюнктура (6 - 18 айға болжам);
- даму бағыты (ұзақ мерзімді болжамдар).

Тұтынушыларды зерттеу:

- ұсынылатын өнімнің потенциалды сатып алушылары бойынша ақпарат;
- сегменттелу;
- қажеттіліктер бойынша мәліметтер;
- мотив, себептер;
- сұранысты анықтаушы факторлар.

Бәсекелестерді зерттеу бойынша қажетті мәліметтер:

- нарықтың ауқымды үлесіне ие басты бәсекелестер;
- осы нарықта жақсы дамып келе жатқан бәсекелестер (екі-үш турфирма);
- бәсекелестердің өнімі сипаты;
- бәсекелестердің белгілі болуы;
- білікті кадрлардың болуы;
- жарнама, қоғаммен байланыс жүйесі әсері;
- жағымды бағалық саясат, жеңілдіктер, түсірілімдер;
- өткізуге ынталандырушы шаралар;
- пайдаланылатын өткізу каналдары;
- кіріс пен шығындар бойынша мәліметтер;
- жаңа өнімдер бойынша мәліметтер.

7-тақырып. Туристік бизнесте жарнама және көрмелерді ұйымдастыру қызметі.

Көрмелік қызмет туристік және қонақ үй бизнесімен тығыз байланысты. Дүниежүзілік көрмелер – екі – төрт жылда бір өтетін айтарлықтай сирек жағдай. Оларға жүздеген мың туристер барады. Сауда-өнеркәсіптік көрмелер қонақ үйлер бизнесіне көптеген жаңалықтарды әкеледі. АҚШ мысалында қарастырсақ, туризм Нью-Йорк экономикасы үшін кірістердің маңызды статьясы болып табылады. Туризм индустриясын қаланы көруші адамдар легі мен оның көптеген салалық көрмелері қамтып отыр. Қала қажетті тұрғылықты орынды қамтамасыз етеді, Нью-Йорктегі қонақ үйлер саны 230-дан 59 000 қонақ үй номерін құрайды. Қала үшін қалаға тұтастай жағымды экономикалық әсері бар қалалық көлемдегі көрмелер маңыздырақ болып табылады. Қалалық көлемдегі көрмелердің келесі категориялары бар.

Бірінші категория – көрмелік шоулар және конгресстер, олардың ұйымдастырылуы 10 000 қонақ үй номерлерін броньдауды қажет етеді.

Екінші категория – ірі сауда көрмелері, яғни олардың келушілері үшін 5 000-нан 10 000 номерге дейін броньдаулар қажет етіледі. Мұндай көрмелерге «РС Expo», «Jacob Javits Convention Center» жатады.

Үшінші категория – тұтынушылар үшін ұйымдастырылатын және көпшілікке арналған ашық шаралар. Олар алғашқы екі категория келушілеріне сияқты тартымды болмағанымен, жергілікті халық арасында айрықша әйгілі.

Туризмнің, конференциялардың, көрмелердің салымын маңыздылығын айқындала келе, Нью-Йоркте қонақ үй бизнесіне салықты азайту туралы заң қабылданған.

Әлемдегі ірі көрмелік аймақтар

Ел	Қала	Павильонд. көрмелік алаң, м ²	Ел	Қала	Павильонд. көрмелік алаң, м ²
Германия	Ганновер	478 900	Испания	Барселона	100 000
Италия	Милан	270 000	Канада	Торонто	99 806
Германия	Франкфурт	263 005	Чехия	Брно	99 000
Германия	Кёльн	250 000	Испания	Мадрид	97 200
Франция	Париж	221 204	Германия	Эссен	90 000
Ресей	Мәскеу	190 000	Испания	Бильбао	90 000
Швейцария	Базель	185 570	Франция	Париж	88 000
Хорватия	Загреб	180 000	Германия	Нюрнберг	86 000
АҚШ	Чикаго	174 028	Дания	Хернинг	85 000
Германия	Дрюссельдорф	171 300	Франция	Лион	84 000
Нидерланды	Утрехт	166 200	Италия	Болонья	83 715
Франция	Париж	163 500	АҚШ	Нью-Йорк	83 610
Германия	Лейпциг	160 000	Германия	Берлин	83 500
АҚШ	Кливленд	151 706	Франция	Париж	82 100
Испания	Валенсия	140 000	Алжир	Алжир	80 000
Бельгия	Брюссель	135 000	Австрия	Грац	79 000
Италия	Генуя	130 500	АҚШ	Атланта	78 036
Англия	Бермингем	125 850	АҚШ	Луисвиль	77 107
Колумбия	Богота	125 000	АҚШ	Детройт	74 320
АҚШ	Хьюстон	119 934	Болгария	Пловдив	73 635
Австрия	Вена	111 991	Франция	Марсель	73 000
Германия	Мюнхен	105 000	Швейцария	Женева	70 200
Польша	Познань	103 200	Швейцария	Лозанна	65 000
АҚШ	Лас-Вегас	102 190	Ресей	Мәскеу	60 000
			Ресей	Санкт-Петербург	30 000

8-тақырып. Туристік кешенде инвестицияларды басқару.

Инвестициялар – мүліктің барлық түрі (жеке сұранысты қанағаттандыратын тауарлардан басқа). Оның ішіне лизинг нысандары, сонымен бірге заңды тұлғаның жарғылық капиталына құюшы инвестордың құқықтары және де кәсіпкерлік қызметке қажетті тіркелген активтерді өсіру құқықтары кіреді.

Инвестициялық қызмет деп – заңды және жеке тұлғалардың коммерциялық жарғылық капиталына немесе кәсіпкерлік қызметке қажетті тіркелген активтерді өсіруге қатысу бойынша қызметтерін атаймыз. Инвестициялық преференция Қазақстан Республикасының заң шығаруына сәйкес инвестициялық жобаны іске асырушы ҚР заңды тұлғаларына берілетін мекен-жайлық сипаттағы жеңілдіктер болып табылады.

Инвестициялық жоба деп – істегі өндірістерді кеңейту мен жаңартуға және жаналарды құруға инвестицияларды қарастыратын шаралар кешенін атаймыз. Инвестициялардың қажеттілігін шарттайтын себептер әртүрлі болуы мүмкін, алайда жалпы алғанда оларды үш түрге бөлуге болады:

1. бар материалдық-техникалық базаны жаңарту (броньдаудың қазіргі заман талабына сай жүйесін енгізу, сапа классын жоғарылату үшін номерлерде жабдықтарды жетілдіру (желдеткіштер, сантехника, т.б.);
2. туризмде сату және қызмет көрсетулер көлемін өсіру;
3. жаңа қызмет түрлерін игеру.

9-тақырып. Туризм индустриясында баға саясатының ұйымдастырылуы.

Турды жасақтау бойынша туроператордың жұмысын ұйымдастырудың маңызды сәті тур бағасын есептеу және контрагентпен қызмет көрсетулер пакеті бағасын есептеу болып табылады.

Қызмет көрсетулердің бағасы деңгейіне әсер етуші негізгі факторлар:

1. сыртқы факторлар:

- сұраныс пен ұсыныс сәйкестігі;
- бәсекелес бағалардың деңгейі мен қозғалысы;
- экономиканы мемлекеттік реттеу;
- елдегі саяси жағдай;
- тұтынушылар, олардың төлем қабілеттігі, мүдделері, әдеттері;

2. ішкі факторлар:

- фирманың өмір сүру жағдайы;
- пайданы максимизациялау, сұранысты талдауды жүргізу және шығындар;
- нарықтық үлес;
- қызмет көрсетудің жоғары сапасы;
- болашақ шығындарды жабу (жарнама, өткізуді ынталандыру);
- өндіріске шығындар, турөнімді бөлу және жүргізу.

10-тақырып. Шет елдердегі туристік кешен.

Бүкіл әлемдік туристік ұйым (ВТО) – үкімет аралық ұйым, құрамында 105 нақты мүшесі бар, 150 қосылған мүшелері бар (турфирмалар, әуе компаниялары, халықаралық ұйымдар, т.б.).

БТҰ құрылу тарихы 1925 жылдан басталады. БТҰ жарлығы 1975 жылдың 27 қыркүйегінде қабылданды. 1985 жылдан бастап бұл күн Бүкіл әлемдік туризм күні деп атап өтіледі.

Универсалдық сипаттағы халықаралық үкіметтік емес ұйымдар.

Туристік агенттіктер ассоциацияларының бүкіләлемдік федерациясы: Турагенттердің Американдық қоғамдастығы, британдық турагенттердің Ассоциациясы, неміс саяхат бюросы Ассрциациясы, солтүстік елдері туристік бюролар ассоциациясы Кеңесі, «Томас Кук и сын» фирмасы және т.б.

Бүкіләлемдік федерациялардың басты мақсаты турагенттіктердің ұлттық ассоциацияларын құру және бекіту, оларға құқықтық, қаржылық, кәсіби, материалдық-техникалық көмектер көрсету.

Бүкіләлемдік федерация Секретариаты Брюссельде (Бельгия) орналасқан.

Экскурсиондық қызмет көрсетулер мен турлар бойынша халықаралық ассоциация. Альянс құрамында әлемнің 84 елінен 60 млн. мүшесі бар 140 ұйым бар. Секретариат Лиссабонда (Португалия) орналасқан.

Арнайы сипаттағы халықаралық үкіметтік емес ұйымдар.

Халықаралық туристік альянс – мүшелері ұлттық автокөлік ассоциациялары мен туристік клубтар болып табылатын халықаралық туристік ұйым. Альянс мақсаты – халықаралық туризмнің барлық түрлерін дамыту, әсіресе автотуризмді дамыту. Секретариат Женевада (Швейцария) орналасқан.

Әуе көлігі халықаралық ассоциациясы (IATA). Мақсаты – азаматтық авиация халықаралық ұйымының саясатын жүзеге асыру. 259 әуе компаниялары мүше болып табылады.

Азаматтық авиация халықаралық ұйымы (ICAO).

Конгресстер мен съездер бойынша халықаралық ассоциация.

Журналистер мен жазушылардың халықаралық федерациясы.

Кемпингтер мен керуендердің халықаралық федерациясы.

Халықаралық аймақтық ұйымдар.

Азия – Тынықмұхиттық туристік ассоциация. Мақсаты – Тынықмұхит аймағында туризмді дамыту.

Латын Америка туристік ұйымдарының конференциясы. Басты міндеті – Латын Америкада туристік индустрияны дамыту мақсатында барлық туристік кәсіпорындар мен ұлттық ассоциацияларды біріктіру.

Халықаралық кәсіподақ және жастар ұйымдары.

Әлеуметтік туризм халықаралық бюросы.

Жастар туризмі бойынша халықаралық бюро.

Туристік агенттіктердің ұлттық ассоциациялары.

Сауалнама 1.

ҚҰРМЕТТІ МАҢҒЫСТАУЛЫҚТАР!

Сіздің демалысыңыздың тиімді ұйымдастырылуы үшін біздің сауалнаманың сұрақтарына жауап беруді ұсынамыз. Шынайы жауаптар Сіздің демалысыңыздың тартымды және әсерлі болуына көмектеседі.

1. Сіз қандай туристік фирмаға бардыңыз (егер бірнеше рет болса, санын көрсетіңіз)?

2. Саяхаттарды ұйымдастыруда Сіз әрқашанда турфирмалардың қызметін пайдаланасыз ба?

◆ иә

◆ жоқ

3. Турфирмаларды таңдаудағы маңызды факторларды көрсетіңіз:

◆ турфирма имиджі;

◆ ұсынылатын қызметтердің кең ассортименті;

◆ төмен баға;

◆ ыңғайлы жерде орналасуы.

4. Жақын арада Сіз қайда барғыңыз келеді?

◆ Маңғыстау облысы;

◆ ҚР басқа қалалары;

◆ шетелге.

5. Қандай туризм түріне Сіз артықшылық бересіз (жауаптың бір ғана нұсқасы)?

◆ демалыс;

◆ емдеу-сауықтыру;

◆ танып білерлік;

◆ іскерлік;

◆ спорттық;

◆ шоп-турлар.

6. Сіз үшін жолдама ұзақтығының қолайлы мерзімі қандай?

- ◆ 2-3 күн; ◆ 7-14 күн; ◆ 21-30 күн;
- ◆ 4-7 күн; ◆ 15-21 күн; ◆ 30 күннен артық.

7. Сізге қозғалу әдістерінің қайсысы лайықты (жауаптың бір ғана нұсқасы)?

- ◆ әуе ұшулары; ◆ темір жол көлігі;
- ◆ автобустық тур; ◆ жеке автокөлік;
- ◆ теңіз және өзен круиздері; ◆ белсенді (жаяу, вело-, байдарка және т.б.).

8. Сіз үшін орналастыру қызметінің қайсысы тартымды, ұнамды ?

- ◆ қонақүйдегі стандарттық номер; ◆ апартамент типті номер;
- ◆ жартылайлюкс; ◆ жазғы үйшіктер.
- ◆ люкс;

9. Маңғыстау облысында Сқз демалып көрдіңіз бе?

- ◆ иә ◆ жоқ

10. Сіз неліктен Маңғыстау облысын таңдадыңыз (таңдамадыңыз)?

Таңдау:	Таңдамау:
◆ арзан ◆ сапасы мен құнының үйлесімді сәйкестілігі ◆ ностальгия ◆ мәдениеті қызықтырады ◆ басқа	◆ қызықсыз ◆ қызмет көрсетудің төменгі деңгейі ◆ басқа аймақтардың мәдениеті көбірек қызықтырады ◆ шетелдік турлардың құнымен салыстырғандағы жоғары баға ◆ басқа

11. Маңғыстау облысының қай жерінде демалдыңыз?

12. Маңғыстау облысында қаншалықты жиі демаласыз ?

13. Егер Сіз еңбек демалысыңызды Маңғыстау облысында өткізсеңіз, нені таңдар едіңіз:

- ◆ демалыс базасы; ◆ санаторий, емдік пансионаттар;
- ◆ автобустық экскурсиялар; ◆ су көлігімен экскурсиялар.

14. Маңғыстау облысында демалу Сізге ұнады ма?

- ◆ иә ◆ жоқ

15. Қандай кемшіліктер болды, көрсетіңіз:

- ◆ нашар тамақтану жағдайлары;
- ◆ нашар өмір сүру жағдайлары;
- ◆ қосымша қызмет көрсетулердің болмауы;
- ◆ жоғары баға;
- ◆ қызмет көрсетудің төмен деңгейі.

16. Саяхаттаудың қандай себептеріне артықшылық бересіз:

- ◆ демалу;
- ◆ мәдениетке қызығушылық;
- ◆ қалыпты жағдайды ауыстыру;
- ◆ жаңа жерлерді көру;
- ◆ ойын-сауық;

- ◆ спорт;
- ◆ жаңа адамдармен танысып, сұхбаттасу;
- ◆ емделу.

17. Сізге кіммен демалған ыңғайлы?

- ◆ жалғыз;
- ◆ екеу болып;
- ◆ жанұямен бірге;
- ◆ компаниямен.

18. Шетелде неше рет демалдыңыз?

- ◆ ешбір;
- ◆ бір рет;
- ◆ екі рет;
- ◆ екеуден көп.

19. Сіз жолдамаға қанша ақша жұмсауға дайынсыз?

- ◆ 100 \$ дейін;
- ◆ 400 \$ дейін;
- ◆ 1000 \$ дейін;
- ◆ 200 \$ дейін;
- ◆ 500 \$ дейін;
- ◆ 1000 \$ артық.
- ◆ 300 \$ дейін;
- ◆ 600 \$ дейін;

20. Сіздің біліміңіз?

- ◆ жоғары;
- ◆ арнаулы орта;
- ◆ орта;
- ◆ аяқталмаған орта.

21. Қаражаттар шектеулілігінде Сіз ең алдымен не сатып аласыз (жауаптың бір ғана нұсқасы) ?

- ◆ жылжымайтын мүлік;
- ◆ асыл заттар;
- ◆ туристік жолдама;
- ◆ автокөлік.

Өзіңіз жайлы мағлұмат:

- Жынысы: ◆ ер ◆ әйел
- Жасы: ◆ 20 жасқа дейін; ◆ 40-50 жас;
- ◆ 20-30 жас; ◆ 50 жастан жоғары.
- ◆ 30-40 жас;

Сіздің жанұялық жағдайыңыз:

- ◆ бойдақ (тұрмысқа шықпаған) үйленген (тұрмысқа шыққан)

Сіз қай жердің тұрғынысыз:

- ◆ Ақтау қ.; ◆ Маңғыстау облысы;
- ◆ басқа қалалар.

Жұмыс түрі:

- ◆ басшы; ◆ үй шаруашылығында;
- ◆ кәсіпкер; ◆ студент;
- ◆ қызметкер; ◆ басқа _____

Сіздің ай сайынғы табысыңыздың деңгейі:

- ◆ 50 \$ дейін; ◆ 200 \$ дейін; ◆ 800 \$ дейін;
- ◆ 100 \$ дейін; ◆ 400 \$ дейін; ◆ 800-ден жоғары

*Ынтымақтастыңыз үшін Сізге алғыс білдіреміз!
Сізге жайлы демалыс тілейміз!*

Саулнама 2.

Маңғыстаудағы туристік нарықтың аймақтық ерекшеліктерін зерттеу мақсатында Сізден ұсынылған сауалнаманың сұрақтарына жауап беруді өтінеміз.

1. Сіздің көзқарасыңыз бойынша Ақтау қаласында қандай турфирмалар көпке мәлім

2. Сіздің ойыңызша саяхаттардың жекелеген бағыттары бойынша туристік ағын үлесі қандай:

- ◆ шетелге;
- ◆ Қазақстан бойынша сапар;
- ◆ Маңғыстауда демалу.

3. Туристік қызметтерді таңдауда қандай факторлар маңыздырақ:

- ◆ баға;
- ◆ сапа;
- ◆ ассортимент;
- ◆ ыңғайлы орналасу;
- ◆ қызметкер біліктілігі;
- ◆ турфирма имиджі.

4. Сіздің турфирмаңызда қай бағыт басымдылыққа ие:

- ◆ Турция;
- ◆ Испания;
- ◆ Кипр;
- ◆ Греция;
- ◆ Финляндия;
- ◆ Италия
- ◆ Франция;
- ◆ Болгария;
- ◆ Египет;
- ◆ Хорватия;
- ◆ Ұлыбритания;
- ◆ Португалия;
- ◆ Чехия;
- ◆ Германия;
- ◆ Мальта;

- ◆ Қазақстан;
- ◆ Маңғыстау обл.

5. Маңғыстау аймағындағы демалыстың кемшіліктерін көрсетіңіз:

- ◆ қызықсыз және сервистің төменгі деңгейі;
- ◆ қымбат бағалар;
- ◆ криминалдық жағдай;
- ◆ кухня;
- ◆ экология;
- ◆ басқа да себептер.

6. Маңғыстаулық туристерде саяхаттың қай түрлері ерекше әйгілі:

<i>Шетелге сапар</i>	<i>Қазақстан қалаларындағы демалыс</i>	<i>Маңғыстау аймағында демалыс</i>
Турция	Алматы қ., Алматы облысы	Ақтау қ.
Испания	Астана қ.	Құрық кенті
Кипр	Көкшетау облысы Бурабай көлі	Кендірлі курорттық демалыс аймағы
Италия	Шығыс-Қазақстан облысы	Каспий теңізі
Болгария	Оңтүстік-Қазақстан (Түркістан)	Шопан-ата және Бекет-ата

Франция	Батыс-Қазақстан (Каспий теңізі)	Темір баба зираты
Хорватия	Қарағанды облысы	Тамшалы
Греция	Солтүстік-Қазақстан облысы	Қарағия ойпаты
Египет	Қызылорда облысы	Үстірт мемлекеттік табиғи қорығы
Чехия	Ақтөбе облысы	Қаратау таулары
Тунис	Орал облысы	Саура
Германия	Басқа	Құлалы аралы
Финляндия		Басқа
Португалия		
Ұлыбритания		
Украина		
Басқа		

7. Маңғыстаулық туристер үшін туристік қызметтің қандай бағалары тиімді (АҚШ долларында):

- | | | |
|--------------|--------------|----------------|
| ◆ 50 дейін; | ◆ 300 дейін; | ◆ 600 дейін; |
| ◆ 100 дейін; | ◆ 400 дейін; | ◆ 1000 дейін; |
| ◆ 200 дейін; | ◆ 500 дейін; | ◆ 1000 жоғары. |

8. Сіздің ойыңызша алдағы 1-2 жылда маңғыстаулық туристердің сұранысы қалай өзгереді:

Көрсеткіштер	Сұраныс өзгерісі, %										
	Төмендейді:					өзгер еді	Артады:				
1. Бағыттар											
Турция											
Испания											
Кипр											
Италия											
Болгария											
Франция											
Хорватия											
Египет											
Чехия											
Россия											
Қазақстан											
сонымен бірге Маңғыстау облысы											
2. Тур ұзақтығы											
2-3 күн											
4-7 күн											
7-14 күн											
15-21 күн											
21-30 күн											
30 күннен артық											
3. Өмір сүру жағдайлары											
Стандартты номер											
Жартылайлюкс											

Люкс														
Апартаменттер														
Жазғы үйшіктер														
4. Тасымал қызметі														
Әуе көлігі														
Теміржол көлігі														
Су көлігі														
Автокөлік														

9. Маңғыстау аймағында демалудың әлсіз жақтарын атаңыз:

- ◆ сервистің төменгі деңгейі;
- ◆ қымбат баға;
- ◆ нашар тұрмыс жағдайлары;
- ◆ қосымша қызметтердің жоқтығы;
- ◆ нашар тамақтану жағдайлары.

10. Маңғыстау аймағында кіру туризмінің жеткіліксіз дамуының себептерін көрсетіңіз

11. Маңғыстау аймағында туристік қызметтің сапасын арттырудың бірінші реттік бағыттарын көрсетіңіз:

- ◆ қонақүйлер құрылысы;
- ◆ ұсынылатын қызметтердің әртүрлілігі;
- ◆ Дисней-парк құрылысы;
- ◆ қызметкерлердің біліктілігін көтеру;
- ◆ мұражайлар, мәдениет және өнер ескерткіштері қайта құрылысы;
- ◆ қоршаған ортаны қорғау.
- ◆ пансионаттар құрылысы;
- ◆ аквапарк құрылысы;
- ◆ жолдардың сапасын жақсарту;

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Туристік фирманың миссиясы дегеніміз не?
2. Туристік фирманың миссиясы қалай жасақталуы мүмкін?
3. Туристік фирмаға миссиясын анықтау неліктен аса маңызды?
4. Туристік фирманың мақсаттары қасиеттері қандай?
5. Туристік фирмадағы жұмыс түрлерін атаңыз.
6. Туристік фирманың басқару құрылымы түсінігі.
7. Басқару құрылымының қандай түрлері бар?
8. Органикалық тип құрылымы дегеніміз не?
9. Бригадалық (командалық) құрылым не үшін қажет?
10. Туристік фирманы басқарудың жаңа ұйымдық формаларын атаңыз.
11. Ғаламдық бірлестіктерге мысалдар келтіріңіз.
12. Стратегиялық одақтардың ерекшеліктері неде?
13. Басқармалық келісім-шарт (контракт) деген не?
14. Туристік бизнестің дамуының қазіргі тенденциялары қандай?
15. Туристік өнімге және оның элементтеріне анықтама беріңіз.
16. Турөнімнің икемділігі дегеніміз не?
17. «Туристік мотивация» термині қалай түсіндіріледі?
18. Туристік сұраныстың негізгі сегменттерін атаңыз.
19. Шет елдердегі демалыстарға жолға шығуда турист қандай психологиялық кедергілерді игеруі қажет?
20. Мәдени шок дегеніміз не және оның қандай деңгейлерін білесіз?
21. Өзге ел мен оның мәдениетін туристердің қабылдауының бес стадиясын атаңыз.
22. Турөнімнің мазмұны қандай элементтер бойынша анықталады?
23. «Қызмет көрсету бағдарламасы» түсінігіне анықтама беріңіз.

24. Туристерге қызмет көрсету деңгейі неден тәуелді?
25. Искерлік турларды; фольклорлық турларды ұйымдастырғанда нені есепке алу керек?
26. Мейрамханаларда туристерге қызмет көрсетудің қандай варианттары бар?
27. Туристерге «сухой паек» қандай жағдайларда беріледі?
28. Турды аннулирование жасауда турфирманың жауапкершілігі қалай жүзеге асырылады?
29. Туристерге қызмет көрсетудегі рекреациялық жағдайларды атаңыз.
30. Дем алу мақсатымен саяхаттап жүрген отбасылық туристерді орналастырудың шарттарының талаптары қандай?
31. Туризм инфрақұрылымы деген не?
32. Туризм инфрақұрылымы элементтері қандай белгілері бойынша сыныпталады?
33. Туристерді орналастыру жарактары астарында не түсіндіріледі?
34. Туристерді орналастыру жарактарының қандай категорияларын білесіз?
35. Арнайлы орын деген не?
36. Қонақүй ғимараттары құрылысында назарға алынатын негізгі принциптерді атаңыз.
37. Құрылыс және материалдар түрлеріне тәуелділігіне орай қонақүй ғимараттары қалай сыныпталады?
38. Комфорттық деңгейі бойынша қонақүйлер қалайша ерекшеленеді?
39. Қонақүйлердегі материалдық ағым дегеніміз не?
40. Әуе (авиация) қалай бөлінеді?
41. Халықаралық ұшулар дегеніміз не?
42. Орындарға квоталарға келісім-шарт қалай сипатталады?
43. Әуе компанияларымен агенттік келісімдерде қандай шарттар қарастырылады?
44. Әуе тасымалдарына тарифтер түрлерін атаңыз.
45. Чартер дегеніміз не?
46. Чартердің қандай түрлерін білесіз?
47. Пайдаланылмаған темір жол көлігі билеттерін қайта қабылдаудың ережелері қандай?
48. Турпоезд төлемі қалай жүзеге асырылады?
49. Пойыздардың еуропалық сыныптамасын келтіріңіз.
50. Темір жол турларын сатып алуда қандай жеңілдіктер бар?
51. Жолаушыларды тасымалдау мақсаттарына байланысты автобустық парк қалай сыныпталады?
52. Сафари мен оқиғалық турларға арналған автобустарды сипаттаңыз.
53. Туристерге автобустар керуені қандай жағдайларда ұсынылады?
54. Автокөліктік кәсіпорынмен турфирма үшін автобусты бөлуге арналған сұраныста (заявка) қандай мәліметтер қамтылуы қажет?
55. Автокөліктер прокаты тарихы қалай басталған?
56. Прокатқа автокөлік алушы туристке «Hertz» фирмасының талаптарын атап шығыңыз.
57. Туристік су саяхаты дәрежелері (достоинства) қандай?
58. Халықаралық тасымал дегеніміз не?
59. Қандай су көлігі тасымалы түрлерін білесіз?
60. Яхт-чартер және яхт-круиз деген не?
61. Туристік өнімнің құрамдас бөліктерін атап беріңіз.
62. Персонал қызметі функцияларын айтыңыз.
63. Туристік бизнес сферасы ұйымдары қызметкерлеріне қойылатын талаптарды атаңыз.
64. Кадрларды жинақтауда ақпараттармен жұмыстың екі негізгі әдісін атап, қысқаша сипаттама беріңіз.
65. Қызметкерлерді ынталандыру процесінің төрт негізгі кезеңдерін айтып беріңіз.
66. X, Y, Z мотивация теорияларын қысқаша сипаттап беріңіз.
67. Қызметкерлер жұмысы қалай бағаланады?
68. Аттестация деген не?
69. Иерархиялық ынталандырулар теориясына анықтама беріңіз.
70. Командалық жұмыста тренинг мақсаты қандай?

71. Көлбеу мансап астарында не түсіндіріледі? Мансап тағы қандай болуы мүмкін?
72. Маркетинг аймағында шаруашылық қызметтің негізгі міндеттері қандай?
73. Маркетингтің кешенді концепциясы элементтерін атаңыз.
74. «Қызмет көрсетулер маркетингі» түсінігіне анықтама беріңіз.
75. Туристік маркетинг ерекшеліктері неде?
76. Туристік маркетинг принциптері қандай?
77. Туристік ұйымның маркетингтік қызметінің басты бағыттарын атаңыз.
78. Турөнімді зерттеуде қандай сұрақтар қарастырылады?
79. Туристік сезонның ерекшеліктеріне қысқаша сипаттама беріңіз.
80. Турөнімнің өмірлік циклы.
81. Нарықты кешенді зерттеу процесі қандай этаптардан тұрады?
82. Турөнім мен қызмет көрсетулердің құнын анықтауда қандай факторлар есепке алынады?
83. Ф.Котлер бойынша бағалар сыныптамасын келтіріңіз.
84. Талдаудың қандай түрлерін білесіз? Қысқаша сипаты.
85. Маркетингтік талдау бағдарламасы қалай құрылады?
86. Белгілі қонақүйлер жүесіндегі ірі қонақүйлер клиенттерді тартуда қандай бағдарламаларды жасақтайды?
87. Турфирма өнімдерінің өткізу каналдарын атаңыз.
88. Туроператор деген не?
89. Агенттік келісім деген не және оның мүшелері кімдер?
90. Комиссиялық келісім бойынша агентке комиссиялық төлемдер шарттары.
91. Броньдалған қызмет көрсетулерден турист бас тартқан кезде не болады?
92. Туризм индустриясында жарнамалық қызметтің сипаттық белгілерін атаңыз.
93. Туристік жарнаманың сыныптамасын келтіріңіз.
94. Жарнамалық қызметті жоспарлаудың негізгі этаптарын атаңыз.
95. Туристік нарықты талдау процесі не қысқаша сипаттама.
96. Коммуникация аймағында жарнама қандай функцияларды атқарады?
97. Жарнаманы тарату құралдарын таңдау қалай жүргізіледі?
98. Жарнаманың әсер ету күші деген не?
99. Жарнамалық бюджетті жасақтау процесі қалай өтеді?
100. Жарнам алық қызметтің тиімділігі қалай бағаланады?
101. Қандай жарнамалық төлем түрлері бар?
102. Жарнамалық бартерге сипаттама.
103. Көрменің жәрмеңкеден айырмашылығы неде?
104. Қалалық көлемдегі көрмелердің қандай категориялары бар?
105. Көрмелік аймақтар көлемі қандай болуы мүмкін? Мысал келтіріңіз.
106. Көрмелерді сәтті өткізудің алтын ережелері топтамасынан таңдау бойынша бірнеше ережелерді айтыңыз.
107. 60 ереженің соңғысына сәйкес көрмелер қалай қорытындыланады?
108. Инвестициялар астарында не түсіндіріледі?
109. Қажетті инвестициялар көлемі қандай болуы мүмкін?
110. Капитал салымдары тиімділігі деген не?
111. Тәуекел факторлары астарында не түсіндіріледі?
112. Туризм индустриясы ұйымдарында инвестициялық қызмет қандай критерийлер бойынша бағаланады?
113. Таза келтірілген тиімділік деген не және ол қалай анықталады?
114. Инвестициялар рентабельділігі индексі қалай есептеледі?
115. Инвестициялардың қайту мерзімі қалай белгіленеді?
116. Турөнімнің немесе турқызметтің құнына әсер етуші негізгі факторлар.
117. Баға құрылымы мақсаттарын айтыңыз.
118. Баға құрылымының қандай әдістерін білесіз?

119. Бағаның төменгі және жоғарғы ширегі деген не?
120. Туризм индустриясы бағақұрылымы ерекшеліктерін атаңыз.
121. Турөнімнің өзіндік құнына қандай шығындар енеді?
122. Калькуляцияның қандай түрлері бар?
123. Сметалық калькуляция деген не?
124. Топтардағы туристер саны тур құнына қалай әсер етуді?
125. «Брутто»-құн және «нетто»-құнды түсіндіріңіз.
126. Бүкіләлемдік туристік ұйым (ВТО) деген не?
127. БТҰ негізгі жарғылық мақсаттары қандай?
128. Қандай ұйымдарға БТҰ мүшесі статусы беріледі?
129. БТҰ басқарма органын атаңыз.
130. Туристік агенттіктер ассоциациясы Бүкіләлемдік федерациясына қысқаша сипаттама беріңіз.
131. Турлар және экскурсиялық қызмет көрсетулер бойынша Халықаралық ассоциациясына қандай ұйымдар кіреді?
132. Арнайы сипаттағы халықаралық үкіметтік ұйымдарды атаңыз.
133. IATA қысқаша сипаты.
134. ICAO мақсаттары қандай?
135. ICAO мүшелерін атаңыз.
136. Туризм сұрақтары бойынша жазушылар мен журналистердің Халықаралық федерациясы немен айналысады?
137. Қандай халықаралық аймақтық ұйымдарды білесіз?
138. Жастар туризмі бойынша Халықаралық бюроның негізгі міндеттері.
139. Турагенттіктердің ірі ұлттық ассоциацияларын атаңыз.
140. Туристік бизнесті мемлекеттік басқарудың моделдерінің біріне сипаттама.
141. Францияда туристік қызметті қандай ұйымдар реттейді?
142. Италияда реттеуші органдардың өкілеттіліктері қандай?
143. Консорциумның қандай негізгі түрлерін білесіз?

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

Негізгі әдебиеттер:

1. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. Учебное пособие. НОЛИДЖ. Москва, 1996.
2. Гуляев В.Г. Туристские перевозки. М, Финансы и статистика, 1998.
3. Тынчерова З.В., Ягофаров Г.Ф. Основы планирования и организации туристского бизнеса. Алматы, 2003.
4. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. - Мн.: БГЭУ, 1999.
5. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. - М.: Экономика, 2000.
6. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент туризма. - М.: Финансы и статистика, 2002.
7. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. — М., 1995.
8. Веснин В.Р. Основы менеджмента. - М.: Изд. «Триада, ЛТД», 1996.
9. Браймер Роберт А. Основы управления в индустрии гостеприимства. - М.: Аспект, 1995.
10. Беляцкий Н.П. и др. Техника работы менеджера: Учебное пособие. -Мн, 1998.
11. Менеджмент туризма: Учебник для студентов.- М.: РИАТ, 1996.
12. Менеджмент туризма: учебник для студентов (автор-составитель Зорин И.В.) - М.: РИАТ, 1998.

Қосымша әдебиеттер:

13. Зорин И.В. Менеджмент персонала. Планирование карьеры в туризме: Учебник. - М.: РИАТ, 1997.
14. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме.- М.: Финансы и статистика. 1999.
15. Экономика современного туризма.- Под ред. Г.А. Карповой. М.- С-П.: Изд. Торговый дом «Герда», 1998.
16. Харрис Годфри, Кеннет М. Кац. Стимулирование международного туризма в XXI веке. — М.: Финансы и статистика, 2000.
17. История менеджмента. Учебное пособие / Под ред. В.Д. Валового. М.: ИНФА-М, 1997.
18. Менеджмент в сфере услуг. Учебник для вузов / Под ред. В.Ф. Уколова. М.: Луч, 1995.
19. Старобинский Э.Е. Как управлять персоналом. М., 1997.
20. Ладанов И.Д. Практический менеджмент. М, 1995.
21. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, функционирование, продвижение. - СПб.: Изд. «Питер», 2000.
22. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. - М.: Финансы и статистика, 2000.

БАЙГАЛИЕВА АЙНҰР ОРАҚҚЫЗЫ

Туризмдегі менеджмент

«050902-Туризм» мамандығы студенттеріне арналған
оқу-әдістемелік нұсқау

Пішімі 60x84 1/12

Көлемі 43 бет 3,6 шартты баспа табағы

Таралымы 20 дана.

Ш.Есенов атындағы КМТЖИУ

Редакциялық - баспа бөлімінде басылды.

Ақтау қаласы, 32 ш/а.