

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

**ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ ҚҰҚЫҚ ИНСТИТУТЫ
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР КАФЕДРАСЫ**

Б.Т.СУЮНДУКОВ, Ж.С.НИЗАМАТДИНОВА

**ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ
ОҚУ-ӘДІСТЕМЕЛІК ҚҰРАЛЫ**

АҚТАУ 2011 Ж.

ӘОЖ 796.5 (076)

Құрастырушылар: «Халықаралық қатынастар» кафедрасының доценті Суюндуков Б.Т. және аға оқытушы Низаматдинова Ж.С. «Туризм»-050902 мамандығының студенттері үшін «Туризм инфрақұрылымы» пәнінен оқу-әдістемелік құралы. 2011ж.- 55 бет

РЕЦЕНЗЕНТТЕР: Мазбаев О.Б., география ғылымдарының докторы, профессор Абай атындағы ҚазҰПУ

Пахомов С.И., Маңғыстау облысының туризм, дене шынықтыру және спорт басқармасының бастығы

Оқу-әдістемелік құралы туризм сферасының дамып калыптасуын көрсететін процестерге байланысты теориялық тұрғыда қарастырыла отырып 050902-Туризм мамандығына сай жазылған. Болашақ туризм мамандарын туризм салаларымен таныстыру барысында студенттерге инфрақұрылым туралы түсініктер ала отырып, даму проблемалары мен оның болашағын талдай алады. Оқулық соңында қонақүй шаруашылығы инфрақұрылымы берілуі орынды. Пәнаралық байланыстар бар. 2005-2011 жылғы мәліметтер мен олардың туризм инфрақұрылымында алатын орнын ескерілген.

© Ш.Есенов атындағы КМТЖИУ

Кіріспе

Қазіргі туризм индустриясы табысы жоғары және серпінді дамып келе жатқан қызмет көрсетулердің халықаралық сауда сегменттерінің бірі болып табылады. Бүкіләлемдік экономикалық форумның мәліметтері бойынша әлемдегі жалпы ішкі өнімнің 10,3 пайызы туризмге тиісті. Туристік бизнесте 234 млн адам жұмыспен қамтылған немесе жер шарындағы еңбек ететін халықтың 8,2 пайызы. Туризмдегі ақша айналымының көлемі машина жасау немесе электрондық өнеркәсіп салаларынан асып, 800 млрд долларға парапар болды. Туризмнен түскен табыс Біріккен Араб Әмірліктерінде 2005 жылы мұнай өндіруден түскен табыстан асып кеткен. Мұндай оң үрдіс бұдан былай да сақталады деп күтілуде. Әлемдік туристік рыноктың дәстүрлі аудандары өзінің рекреациялық сыйымдылығының шегіне іс жүзінде жеткендіктен, туризмнің өсуі туристер баратын жаңа аумақтар есебінен басым дамитын болады. Осыған байланысты Қазақстанның әлемдік туристік рынокта өзінің лайықты орнын табуға бірегей мүмкіндігі бар. Мамандардың есебі бойынша, орташа есеппен, бір шетелдік туристің беретін табысын алу үшін оған барабар, шамамен 9 тонна тас көмір немесе 15 тонна мұнай немесе 2 тонна жоғары сортты бидайды әлемдік рынокқа шығару керек. Бұл ретте шикізат сату елдің энергия көздерін азайтады, ал туристік өндіріс таусылмайтын ресурстармен жұмыс істейді. Шетелдік экономистердің есебі бойынша, 100 мың турист қалада орташа есеппен екі сағат болған кезде кемінде 350 мың доллар немесе адам басына бір сағатта 17,5 доллар жұмсайды. Сөйтіп, шикізат сату өзіндік экономикалық тығырыққа тірелу болса, ал туризмді дамыту - ұзақ мерзімді, экономикалық тиімді болашақ.

Әкімшілік дереккөздердің және туристік қызметке жүргізілген статистикалық зерттеулердің деректері және 2009 жылғы қорытындылар бойынша 2008 жылмен салыстырғанда тұтастай республика бойынша келушілер саны 3,9%-ға көбейді. Туризм түрлері бойынша туристік индустрияның түрлі бағыттағы даму үрдістері байқалады: келу туризмі 8,3%-ға азайды және 4 329,8 мың адамды құрады (келушілердің жалпы санынан 29,3%-ы), 2008 жылғы ұқсас кезеңмен салыстырғанда сыртқа шыққан туристер саны 22,3%-ға артты және 6 413,9 мың адамды (43,4%) құрады. Ішкі туризмдегі келушілер саны сондай-ақ 5,3%-ға азайды және 4 028,1 мың адамды (27,3%) құрады.

Дүниежүзілік экономикалық дағдарыс туристік саланың дамуына да кері ықпалын тигізгенін атап өту керек. Туристік салада көрсетілген қызметтердің жалпы көлемі 0,4%-ға азайып, 65 761,9 млн. теңгені құрады, сатылған жолдамалар құны 19 281,6 млн. теңгені құрады (13,9%-ға артты). Есепті кезеңде туристік қызметпен айналысатын 1203 туристік фирмалар және 73 дара кәсіпкерлер 369,1 мың келушілерге қызмет көрсетті, бұл 2008 жылғы деңгеймен салыстырғанда 25,7% кеміді.

Республикада қонақ үй шаруашылығының 1232 кәсіпорындары 2 278,6 мың адамға қызмет көрсетті және 48 249,6 млн. теңгеге қызмет көрсетті.

Орналастыру объектілерінде 30 831 нөмір бар, біржолғы сыйымдылығы 67 717 төсек-орынды құрады.

Жұмыс істеп тұрған туристік фирмалардың көбі Алматы қаласына (690), Астана қаласына (87), Қарағанды (76), Павлодар (56), Шығыс-Қазақстан (48) және Алматы (43) облыстарына келеді. (ҚР –ның статистика бойынша агенттігінің мәліметтері бойынша)

Туризм әлемдік экономикада басты рөлдің бірін атқарады. Дүниежүзілік Туристік Ұйымның (ДТҰ) деректері бойынша ол әлемдегі жалпы ұлттық өнімнің оннан бір бөлігін, халықаралық инвестицияның 11 пайыздан астамын, әлемдік өндірістің әрбір 9-шы жұмыс орнын қамтамасыз етеді [1].

Қазіргі туризм еңбекшілердің жыл сайынғы ақылы еңбек демалысына шығуымен байланысты болды, мұның өзі адамның демалуға және бос уақытын өткізуге негізгі құқығын тану болып табылады. Ол жеке адамды, адамдар және халықтар арасындағы өзара түсіністікті дамытудың факторына айналды.

ДТҰ, туризм жөніндегі мамандандырылған халықаралық ұйымдардың зерттеулерінің талдауына, сондай-ақ мемлекеттердің туризмді дамыту саясатына сәйкес, туризм мемлекеттің әлеуметтік, мәдени және экономикалық өміріне тікелей ықпал ететін қызмет ретінде түсініледі.

Туризм жалпы алғанда, мемлекеттің экономикасына үш оң нәтиже береді:

1. Шетел валютасының құйылуын қамтамасыз етеді және төлем теңгерімі мен жиынтық экспорт сияқты экономикалық көрсеткіштерге оң ықпал жасайды.

2. Халықтың жұмыспен қамтылуын көбейтуге көмектеседі. ДТҰ мен Дүниежүзілік туризм және саяхат кеңесінің бағалауы бойынша туризм өндірісінде құрылатын әрбір жұмыс орнына басқа салаларда пайда болатын 5-тен 9-ға дейін жұмыс орны келеді екен. Туризм тура немесе жанама түрде экономиканың 32 саласының дамуына ықпал жасайды.

3. Елдің инфрақұрылымын дамытуға жәрдемдеседі.

Туризм елдің тұтас аудандарының экономикасына белсенді әсер етеді. Туризм саласындағы шаруашылық жүргізуші субъектілердің құрылуы және жұмыс істеуі жол көлігін, сауданы, коммуналдық-тұрмыстық, мәдени, медициналық қызмет көрсетуді дамытумен тығыз байланысты. Сөйтіп, туризм индустриясы басқа экономикалық секторлардың көпшілігімен салыстырғанда, неғұрлым пәрменді мультипликаторлық тиімділікке ие.

Туризм жеке және ұжымдық жетілдіру құралы ретінде жоспарлануы және тәжірибеде іске асырылуы тиіс демалыспен, бос уақытты өткізумен, спортпен, мәдениетпен және табиғатпен тікелей байланысты қызмет. Мұндай жағдайда, ол өз бетімен білім алудың, толеранттықтың және халықтар мен олардың әр түрлі мәдениеттерінің арасындағы өзгешеліктерін танып-білудің бірден бір факторы болып табылады.

Туризмнің жылдам және тұрақты өсуін, оның қоршаған ортаға, экономиканың барлық секторлары мен қоғамның әл-ауқатына күшті әсерін назарға ала отырып, Үкімет Қазақстанның ұзақ мерзімдік даму бағдарламасында туристік саланы басымдық ретінде белгілеп тұжырымдама қабылдады.

Осы Тұжырымдама туризм саласында тұтас мемлекеттік саясатты қалыптастыруды, Қазақстанда қазіргі заманғы бәсекеге қабілетті туризм индустриясының құқықтық, ұйымдастырушылық және экономикалық негіздерін қалыптастыруды көздейді.

2007 - 2010 жылдар ішінде саланың дамуы Мемлекет басшысының 2006 жылғы 29 желтоқсандағы № 231 Жарлығымен бекітілген Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007 - 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыруға негізделді.

Бұл кезеңде нормативтік құқықтық базаны жетілдіру жөнінде жұмыс жүргізілді. 2008 жылы туристік қызмет мәселелері жөніндегі бірқатар заңнамалық актілерге өзгерістер енгізілді және Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігінің туризм мәселелері жөніндегі бұйрықтары бекітілді. Министрлік имиджді қалыптастыру жөніндегі, оның ішінде Қазақстан туризмін шетелде ақпараттық насихаттау жөніндегі жұмыстарды тұрақты негізде жүргізіп отырғанын атап кету керек. Негізгі бағыттары жарнамалық бейнероликтерді жасау және әлемнің жетекші телеарналарында көрсету, ірі халықаралық туристік көрмелерге қатысу болып табылады.

2009 жылғы қазан айында Астана қаласында Дүниежүзілік туристік ұйымның (бұдан әрі - ЮНДТҰ) Бас Ассамблеясының 18-сессиясының өткізілуі 2009 жылы басты имидждік оқиға болды, оның жұмысына ЮНДТҰ ұйымдарының нақты мүшелері, 146 мемлекеттен 700-ден астам делегат, сондай-ақ шетелдік әлемдік БАҚ өкілдері қатысты.

ЮНДТҰ Бас Ассамблеясы жұмысының қорытындысы бойынша әлемдік туризм үшін стратегиялық маңызы бар құжаттар қабылданды:

1. Жібек жолында туризмді дамыту жөніндегі Астана декларациясы.
2. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаевтың 29 тамызды - ядролық қарудан бас тартудың Дүниежүзілік Күні деп жариялау туралы бастамасын қолдау туралы.

Қабылдаған шаралардың арқасында зор туристік әлеуеті, бірегей табиғаты мен бай тарихи-мәдени мұрасы бар ел ретінде Қазақстан туралы айтыла бастады.

Жергілікті жерде туризмнің дамуын тежеп отырған негізгі проблемалар мен себептерді анықтау мақсатында 2008 жылғы маусымнан бастап 2009 жылғы шілдеге дейінгі кезеңде Корея Халықаралық ынтымақтастық жөніндегі агенттігі зерттеулер жүргізді және 2009 жылғы желтоқсанда «Батыс Еуропа - Батыс Қытай» халықаралық жедел автомагистралі бойында ұлттық туристік кластерді құру» мастер-жоспары әзірленді.

Мастер-жоспардың ұсынымдары Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарлама шеңберінде туризмді дамытудың одан әрі пайымдауын қалыптастыру үшін негіз болды.

Туристік саланың даму серпіні туризм индустриясы көрсеткіштерінің орнықсыз өсуімен сипатталады. Айталық, 2009 жылдың қорытындылары бойынша келушілер саны 2008 жылмен салыстырғанда 4,1 %-ға өсті, сыртқа

шығушылар туризмі 22,3 %-ға өсті, алайда ішкі туризм көлемі 4,7 %-ға азайды және 4 055,7 мың адамды құрады.

Көрсетілген туристік қызметтердің жалпы көлемі 2008 жылмен салыстырғанда 0,3 %-ға кеміді және 65,8 млрд. теңгені құрады. Салыстыра қарасақ, 2008 жылғы тиісті көрсеткіштің өсуі 2007 жылға қарағанда 22,6 %-ды құраған (53,8 млрд. теңгеден 66,0 млрд. теңгеге дейін).

Негізгі көрсеткіштердің төмендеуі әлемдік экономикадағы жағдаймен түсіндіріледі.

Экономикалық және қаржылық дағдарыс сырттан келушілер туризміне де теріс әсер етті, оның көлемі соңғы екі жылда 5,3 млн. туристен 4,3 млн. туристке дейін немесе 18,9 %-ға төмендеді.

Сырттан келушілер туризмі статистикасының деректерінде сапар мақсаттары бойынша келушілерді бөлу сияқты көрсеткіштердің төмендегенін көрсетіп отыр, соның ішінде бос уақыт пен демалыс үшін сапарлар 2008 жылмен салыстырғанда 19,8 %-ға немесе 1541 адамға төмендеген. Сонымен қатар, сатылған жолдамалардың саны да 3 242 бірлікке немесе 44 %-ға қысқарған.

Туризм инфрақұрылымы туристік іс-әрекетті іске асыру базасы, туризмді ұйымдастыру негізі болып табылады. Туристік инфрақұрылым ұғымына туризм жұмыс істеуіне қажетті, туристік өнімге тікелей қатысы жоқ жүйелер (қоғамдық көлік, сауда-саттық орындары, медициналық мекемелер, байланыс, энергиямен қамтамасыз ету жүйелері, пошта, телефон ж.т.б.) жатады.

Инфрақұрылым

Өнеркәсіп пен экономиканың басқа да салаларының бәсекеге қабілеттілігі көп жағдайда өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылым жағдайына тәуелді.

Ақпарат, телекоммуникация және көлік инфрақұрылымының барабар сапасы болмайынша тиімді экономикалық даму мүмкін емес. Инфрақұрылымның осы элементтерінің әлемдік деңгейге сәйкестігінің өзі-ақ қазіргі заманғы әлемдегі елдің бәсекелестік қабілетінің маңызды факторы болып табылады. Ғаламдандудың үдей түсуі мен ғаламдық бәсекелестіктің күшейе түсуі жағдайында шаруашылық субъектілердің әлемдік рыноктың тегеурініне дер кезінде әрі пәрменді жауап әрекетке қабілеттілігі іскерлік табыстың негізі болып саналады.

Елде дамыған ақпараттық-телекоммуникациялық инфрақұрылымның болуы ұлттық экономиканың өсуінің, қоғамның іскерлік және зияткерлік белсенділігінің артуының басты факторларының бірі болып табылады, ол халықаралық қоғамдастықтағы елдің беделін айғақтайды. Бүгінгі күні бизнестің бірде-бір түрі өздерінің құрылымдық бөлімшелері арасында да, сондай-ақ сыртқы әлеммен де байланыстың сапалы жүйесі болмайынша дами алмайды. *Инфрақұрылым* – материалдық өнімдерді шығарумен айналыспайтын, халық шаруашылығының және тіршілік әрекетінің үздіксіз жұмыс атқаруын қамтамасыз ететін салалардың жиынтығы. Ол:

- келелі мәселені шешу үшін негізді құрайтын немесе қамтамасыз ететін, өзара байланысқан қызмет көрсететін құрылымдардың кешені;

- экономиканың жұмыс атқаруына жалпы жағдайлармен қамтамасыз ететін ұлттық экономика салаларының кешені: жол, байланыс, сумен, электрмен жабдықтау, көлік, оқыту.

Сондықтан инфрақұрылым мынандай түрлерге бөлінеді:

- Өндірістік инфрақұрылым: жол тораптары, сумен жабдықталуы, электрмен жабдықталуы, құбырлар, айлақтар-порттар, қоймалар, байланыс жүйелері және т.б.

- Әлеуметтік инфрақұрылым: білім беру, ғылым, денсаулық сақтау, әлеуметтік қамсыздандыру және т.б.

Инфраструктура латын сөзі болып: *infra* – асты; *structure* – құрылым, орналасу деген мағынаны береді, яғни негіз, іргетас, сонымен қатар экономикалық жүйелердің ішкі құрылымын білдіреді.

Инфрақұрылым – бұл экономика саласындағы салыстырмалы түрде берілетін жаңа ұғым. «*Инфрақұрылым*» термині алғашқы рет ХХ ғасырдың басында экономикалық тұрғыда қаруланған күштердің қалыпты іс-әрекетін қамтамасыз ететін нысандар мен құрылымдарды белгілеуде қолданылды. ХХ ғасырдың 40-жылдары батыста инфрақұрылымды материалдық өндірістің, халық шаруашылығының қалыпты жұмыс істеуін қамтамасыз ететін салалардың жиынтығы деп атай бастады. Қазақстанда инфрақұрылым мәселелерін өткен ғасырдың 80-90 жылдардан бастап зерттей бастады. Уақыт өте келе инфрақұрылымның мағынасы кеңейіп, қызмет көрсету салаларын ғана қамтымай, әлеуметтік басқа да салаларды қамти бастады.

Бүгінгі күні нарықтық инфрақұрылым деген түсінік те бар. Ол нарықтық өндірістік байланыстың тұрақты дамуын іске асыратын экономикалық институттардың жүйесін білдіреді. Инфрақұрылым салаларына жол, каналдардың, көпірлердің, қоймалардың, әуежайлардың құрылысы, энергетикалық шаруашылық, көлік, байланыс, сумен қамсыздандыру, телекоммуникация, канализация, жалпы орта білім, денсаулық сақтау, спорт, туризм, ғарыш және т.б. жатқызыла бастады.

Түрлі нарықтық саланың жағдайына байланысты инфрақұрылым түрлері пайда болып, дамып қалыптасады. Ең алдымен бөлшек саудадан биржаға дейін аралықты қамтитын сауда желісі, одан кейін еңбек нарығының саласы: жұмысқа орналастыру бюросы, кадрларды қайта дайындау орталықтары; білім беретін мекемелер мен еңбек биржасы. Сонымен қоса, қор және валюталық биржалар, банк және банктық емес инвестициялық мекемелер арқылы капитал айналу саласы да кіреді.

Олай болса, *инфрақұрылым* дегеніміз - өндірістің түрлі сфера мен саласындағы негізгі функциялардың іске асырылуын қамтамасыз ететін материалдық-техникалық жүйелердің (нысандардың) жиынтығы.

Бірінші инфрақұрылым, негізінен бірнеше сала бойынша функцияларды іске асырады, яғни салааралық сипаттамасы ретінде белгілі болады. Оның ішінде екі функцияны атқарады: интеграцияланған және қамтамасыз ететін. Сонымен қатар, интеграциялық функция салааралық өндірісте де, аудан және мемлекеттер арасында да байқалады.

Екінші инфрақұрылым материалдық игіліктерді шығармайды, ол қамтамасыз ететін функцияны атқарады.

Осыған орай, көбінесе инфрақұрылымды дамытатын нарықтық емес механизмдер қажет. Сондықтан инфрақұрылымның дамуы салааралық билік мекемелерінде байқалады: жергілікті әкімшілікте, аймақтық билік мекемелерінде, мемлекеттік және халықаралық ұйымдарда. Облыстық және аудандық әкімшіліктер дайын өнімді шығаратын өндіріске озық технологияны енгізуі керек.

Сонымен қоса, инфрақұрылым жергілікті жағдайларға, аймақтық ерекшеліктерге байланысты дамиды. Инфрақұрылымның дамуы макро және микро саясаттың нәтижелі іс-әрекеттеріне әкеледі, сондай-ақ кез-келген мемлекеттің саясат құралы болып есептеледі.

Ғылымның даму барысында инфрақұрылымның даму заңдылықтары, оның мемлекеттің және бірлестіктердің саясатына, әлеуметтік жағдайына тигізетін ықпалы да анықтала бастады.

Бұл жерде инфрақұрылымды жасау өзімен-өзі пайданы әкелмейтіні белгілі болды.

Аймақта неғұрлым инфрақұрылым жақсы дамыған болса, соғұрлым инвесторлар бұл аймаққа тартылады және инвестиция салынады. Еңбек күші көбейеді, экономикалық даму жеделдей түседі, өмір сүру деңгейі жақсартылады, адамдардың хал-жағдайы көтеріледі. Мысалға, тың және тыңайған жерлердің игерілуі, Батыс Қазақстанда мұнайдың өндірілуі, елорданың Астана қаласына көшірілуі.

Керісінше, инфрақұрылымның деңгейі төмен болса, өндіріс баяу дамиды, халықтың жағдайы төмен болады. Инфрақұрылымның дамуына назар аудармау (әсіресе, әлеуметтік инфрақұрылымға), қайғылы оқиғаға әкеліп соғады. Осылай, 1956 жылы Теміртау қаласында металлургиялық кешенін салу барысында, 3 күн бойы құрылысшылар ауыз сумен қамтамасыз етілмеді. Осындай әрекет көтеріліске әкелді, нәтижесінде адамдар қаза болды.

90-жылдары Арал теңізінің құрғап кетуіне байланысты, жергілікті балық аулау инфрақұрылымы дамуын тоқтатты.

Сондықтан, егер инфрақұрылымның дамуына байсалдылықпен назар аударсақ, мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық дамуын іске асыруға болады, атап айтқанда, халықтың өмір сүру деңгейін көтеру, жаңа жұмыс орындармен қамтамасыз ету, жоғары технологиялық өндірістің дамуы және т.б.

Өндірістік инфрақұрылым

Өндірістік инфрақұрылым дегеніміз – барлық саладағы қоғамдық өндірістің іс-әрекетіне бірдей қажет, өндірістің, адамдардың өмір сүру функцияларының атқарылуына жалпы жағдай туғызатын және іске асыратын шаруашылық жүйесі.

Өндірістік инфрақұрылымның аумақтық дамуы және қызмет атқаруы оның географиялық зерттеу аспектісі үшін ерекше маңызды.

Өндірістік инфрақұрылымның аумақтық даму аспектісі материалдық – техникалық базасының сипаттамасында және кеңістіктік ұйымдастыруда

ерекше орын алады. Ол инфрақұрылым салаларының атқаратын қызметімен, орнымен және функцияларымен қалай ерекшелінсе, техникалық – экономикалық жағынан да солай ерекшеленеді.

Өндірістік инфрақұрылымның басқа салалардан бөлінуі аумақтық интенсификациялық еңбек бөлінісінен басталады, оның салдарынан өндірістік бөліну үрдісі жаңа сатыға көтеріледі.

Өндірістік инфрақұрылымның дамуы кәсіпорындарда жаңа еңбек күштерінің көбеюіне, халықтың әлеуметтік және аумақтық белсенділігінің артуына әкеледі. Сондықтан ол географиялық еңбек бөлінісін әрі қарай іске асыратын ұйымдастырылған экономикалық кеністіктің факторы ретінде байқалады. Инфрақұрылымның белгілі бір даму жобасы болмаса, жаңа территорияларды игеру жүзеге аспайды. Ал экономикалық жағынан дамыған инфрақұрылым, керісінше, кері байланыс орнатып, сол аймақта жаңа кәсіпорындардың ашылуына, табиғи ресурстардың игеру аймағының кеңейтілуіне, өңдейтін өндірістің дамуына, халықта тұрақты серпілістің пайда болуына әкеледі.

Өндірістік инфрақұрылымның функциялары.

Бейнелеп айтқанда, қазіргі заманның өндірісіне инфрақұрылым функциялары «қан айналымы жүйесіндей» маңызды болып келеді. Олар келесі сипаттармен анықталады:

1. Материалдық құралдар қозғалысының қамсыздандырылуы:
 - табиғи ресурстармен;
 - энергиямен;
 - дайын өнімдермен.
2. Жұмыс күші (еңбек ресурстарын) қозғалысының қамсыздандырылуы.
3. Өндірістік қаржы қозғалысының қамсыздандырылуы.
4. Өндірістік ақпарат қозғалысының қамсыздандырылуы.

Өндірістік инфрақұрылымның классификациясы.

Өндірістік инфрақұрылым негізінен кеңістік-өндірістік және салалық болып ажыратылады.

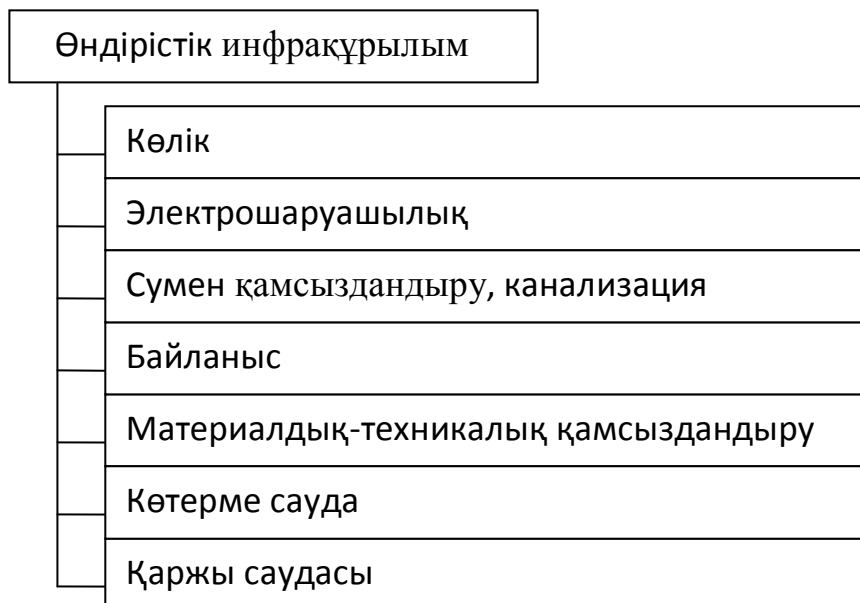
Кеңістік-өндірістік белгісі бойынша:

1. кәсіпорынның өндірістік инфрақұрылымы;
2. аймақтың өндірістік инфрақұрылымы;
3. мемлекеттің өндірістік инфрақұрылымы;
4. мемлекеттер достастығының өндірістік инфрақұрылымы;
5. әлемдік бірлістіктің өндірістік инфрақұрылымы.

Салалық белгісі бойынша:

1. жеке өндірістің өндірістік инфрақұрылымы;
2. жеке кәсіпорынның өндірістік инфрақұрылымы;
3. жеке саланың өндірістік инфрақұрылымы.

Салалық құрамына кіреді:



Қазіргі ғылымда инфрақұрылымның салалық классификациясы өзекті орын алуда, себебі ол көпшілік мемлекеттермен әлеуметтік-экономикалық ғылымдарда қабылданды.

Экономиканың, ғылыми-техникалық прогресстің және қарым-қатынастың эволюциясының дамуына байланысты өндірістік инфрақұрылымның салалық құрамы қолданылады. Дамыған мемлекеттерде өндірістік инфрақұрылымға телекоммуникацияларды, қызмет көрсету туралы ақпаратты, іскерлік қызмет салаларын және т.б. жатқызады.

Әлеуметтік инфрақұрылым

Әлеуметтік инфрақұрылым міндеттері

Қоғамның әлеуметтік сфера өмірі деп, біз халық өмірінің сапасы мен деңгейін қамтамасыз ететін халық шаруашылық салалары кешенін айтамыз. Әлеуметтік сфераның әрбір саласының іс-әрекеті аймақтық сипатта болып келеді және халық сұранысын қанағаттандырып қана қоймай, қала мен елді мекендердің эстетикалық рәсімделуімен аббаттандырылуы, архитектуралық келбетін қалыптастырумен айналысады.

Әлеуметтік инфрақұрылым - өзінің функцияларының әлеуметтік сфера салалары арқылы орындалуын қамтамасыз етуге арналған материалдық-техникалық база.

Әлеуметтік инфрақұрылымның функциялары әлеуметтік сфера функцияларымен тығыз байланысты және келесідей болып сипатталады:

1. Материалды игіліктердің таралуы мен алмасуы;
2. Тұтынушыға қызмет көрсету;
3. Халық денсаулығын сақтау;
4. Ғылыми көзқарас пен қоғамдық сананың қалыптастыру;
5. Қоғамдық тәртіпті сақтау мен басқару.

Әлеуметтік инфрақұрылым элементтерінің құрамы:

Әлеуметтік құрылым:

- Таралу мен алмасу (сауда, несие, сақтандыру);
- Тұтынушыларға қызмет көрсету (үй шаруашылығы, коммуналды шаруашылық, тұрмыстық қызмет ету, байланыс);
- Денсаулық сақтау (денсаулық сақтау, санитарлық – курорттық қызмет ету және демалыс);
- Ғылыми көзқарас пен қоғамдық сананың қалыптасуы (білім беру, ағарту, кадрларды дайындау, өнер, дін);
- Қоғамдық тәртіпті сақтау мен басқару (мемлекеттік басқару, қоғамдық ұйымдастырулар, қорғаныс, полиция).

Әлеуметтік инфрақұрылым мәдениетке тура байланысы бар салалардан тұрады. Сондықтан да оны құрамында білім, ғылым, мәдениет салалары сияқты әр түрлі жоспарлы салалардан тұратын әлеуметтік – мәдени инфрақұрылым деп атауға болады.

Әлеуметтік инфрақұрылым басқа да инфрақұрылым сияқты территориялық құрылымды болып келеді. Қарқынды даму мысалдары ретінде Алматы және Астана қалаларын алуға болады.

Әлеуметтік инфрақұрылымның территориялық элементтері:

- Мемлекеттік деңгей;
- Аймақтық деңгей;
- Жергілікті деңгей.

Әлеуметтік инфрақұрылымның ерекшеліктері.

Бұл ерекшеліктер инфрақұрылымның *құрлықта, суда немесе ғарышта (ауада)* орналасуына байланысты болып келеді.

Әлеуметтік инфрақұрылым элементтері (судағы және ғарыштағы):

Суда:

- Судағы жұмысшыларға тұрмыстық қызмет ету жүйесі;
- Теңіз жолаушылар көлігі;
- Теңіздегі байланыс;
- Теңіз жағалауында емделу мен демалу;
- Теңіз спорты;
- Әскери – теңіздік инфрақұрылым.

Ғарышта (ауада):

- Әуе жолаушылар көлігі;
- Ғарыштық байланыс;
- Әскери – әуе және әскери – ғарыштық инфрақұрылым.

Құрылықтағы инфрақұрылым адам әрекетінің әрбір сферасында кездеседі және басқа кеңістіктегі инфрақұрылымдарға базалық болып келеді.

Әлеуметтік инфрақұрылымның элементтері

Сауда – тауарлардың өндіріс сферасының тұтыну сферасына өту қозғалысын қамтамасыз ететін халық шаруашылығының саласы. Өзінің функцияларын орындау арқылы халық өмірінің материалдық және мәдени деңгейін көтереді.

Бірінші функция – тауар айналым үрдісіне қызмет ете отырып, оның тұтынушыға жетуін қамтамасыз ету.

Екінші функция – баға формасының ауысуы, яғни, тауар ауысуы – сату-сатып алу, тауарды ақшаға және ақшаны тауарға айырбастау.

Сауда *сыртқы, ішкі және халықаралық* болып бөлінеді.

Сыртқы сауданың мәні болып, бір мемлекеттің екінші мемлекетпен сауда жүргізгені есептеледі. Негізгі көрсеткіштеріне *экспорт және импорт* жатады.

Ішкі сауданың екі түрі белгілі. Олар- көтерме және бөлшек сауда.

Халықаралық сауда негізінде мемлекет басқа мемлекеттермен сауда операцияларын жүргізеді.

Сауда инфрақұрылымы көтерме және бөлшек сауда желілерінен, сыртқы сауданы ұйымдастыратын арнайы мекемелерден тұрады. Сауда желісі дегеніміз – жергілікті халық пен сауда мекемелеріне тауар сату мен оларды тауарлармен қамтамасыз ететін кәсіпорындар жиынтығы.

Көтерме сауда желісіне көтерме базарлар, қоймалар, тоңазытқыштар, жабдықтап өткізетін базарлар жатады.

Бөлшек сауда желісіне ірі, орташа және кіші фирмалар, жеке кәсіпкерлер және қоғамдық тамақтану кәсіпорындары жатады. Сонымен қатар бөлшек саудаға тауарды тізім арқылы саудалау және тарату жатады. Сауда инфрақұрылымы жәрмеңкелерден, тауар биржаларынан, аукциондардан, делдалдық, маркетингтік, жарнамалық мекемелерден тұрады.

Жаңа ғимараттардың салуына байланысты Алматы қаласының инфрақұрылымы, нақтылай айтсақ, сауда инфрақұрылымы жаңартылуда. Оңтүстік астанада 70 астам ірі сауда орталықтары жұмыс істеуде. Қазіргі кездегі кәсіпкерлер ол сауда кешендерін ойын-сауықты көңіл көтеру орталықтарына айналдыруда. Мысалы, 2006 жылы ашылған Қазақстандағы ірі, ауданы 80 000 кшаршы метрлі «Mega Center Alma-Ata» сауда – ойын-сауықтыру кешенінде үлкен сауда залынан басқа боулинг, скалодром, үлкен мұз айдыны және 8 кинотеатр бар. Оның құрылысын салуға 60 миллион АҚШ доллары жұмсалған.

Орталық Азияның ірі халықаралық туристік орталыққа айналуына байланысты туризмнің сауда инфрақұрылымын жасау қажет. Өйткені адам қозғалысы барысында пайда болатын сауда, туристерді қабылдау саласында жүрген жергілікті халықтың экономикалық қызмет бастамасы болып келеді. Жалпы, Қазақстанда және Алматыда туризм сауда инфрақұрылымын жаңарту - мемлекеттің туристік имиджін көтеретін негізгі жұмыс.

Несие және сақтандыру жүйесі – сақтандыру, қарыздар беру, еркін ақшалай капиталдарды мобилизациялайтын несие және сақтандыру мекемелері жүйесі.

Несие және сақтандыру жүйесі:

Мемлекеттік мекемелер:

- Орталық эмиссиялық банктер;
- Коммерциялық банктер;
- Сақтандыру компаниялары;
- Пошта – жинақ кассалары;
- Басқа мекемелер.

Мемлекеттік емес мекемелер:

- Коммерциялық банктер;
- Инвестициялық банктер;
- Сақтандыру компаниялары;
- Ипотекалық банктер;
- Зейнетақы қорлары;
- Басқа мекемелер.

Сақтандыру – белгілі бір мекеме, кәсіпорын немесе жай адамдарға материалдық немесе басқа зарарларын қайтаруға арналған сақтандыру қоры, қатысушылар арасындағы қайта бөліну байланыс жиынтығы.

ҚР «Сақтандыру туралы» заңы бойынша, заңды және жеке тұлғаны сақтандыру жағдайы туындағанда, сақтандыру төлемдерін алу үшін, аталған ұйымының қаржысы есебінен, сақтандыру келісіммен анықталған, мүлктік қорғауға бағытталған кешендік қатынастар.

Сақтандыру қызметі – сақтандыру келісімнің қорытындысын шығару және орындаумен байланысты қауіпсіздендіруші әрекеттер.

Коммуналдық және пәтер – үй шаруашылығы – халыққа қызмет ететін мекемелер мен қорлардың жиынтығы. Қалаларда ол қала шаруашылығының құрамына кіреді. Шеткі аймақтарда коммуналды шаруашылық кәсіпорындарды су, электроэнергия, газбен қамтамасыз етумен айналысады.

Коммуналдық және пәтер-үй шаруашылығы:

- Үй шаруашылығы (қалалық үй фонды, жеке үй фонды, РСҮ, РЭҮ);
- Санитарлы-техникалық мекемелер (су құбыры және канализация, тазалық сақтау мекемелері, монша мен кір жуатын мекемелер);
- Көлік мекемелері (қоғамдық жолаушы көлігі, жергілікті су көлігі);
- Энергетикалық мекемелер (электрлік желілер, газ желілері, жылу желілері, жылу электр станциялары);
- Сыртқы жайластырушылық сала (жолдар мен тротуарлар, көпірлер, көше жарығы, жағалық және сутехникалық құрылымдар, жасыл көшеттер).

Туристік қызмет объектілерінің тартымдылығын қамтамасыз ететін факторлар

Фактор (лат. Factor – жасаушы, өндіруші) – қандай да бір процестің қозғаушы күші, себепкері, туристік тәжірибенің маңызды жағдайы. Бір фактор сұраныс пен ұсынысқа бірдей уақытта ықпал ете отырып, туристік рынокта бірдей нарықтық мүмкіндіктерді шектейді, алайда басқа мүмкіндіктерді ашады.

Туристік рыноктың динамикасын өзгерте алатын, туризмнің тартымдылығын арттыра алатын негізгі факторларды қарастырайық.

Саяси факторлар

Біздер күрделі кезеңде өмір сүріп жатырмыз. Әлемді түрлі аймақтардағы жергілікті қақтығыстар сілкінтуде, мыңдаған бейкүнә адамдар қатыгез террористік актілердің, белгісіз себептермен бұрын беймәлім болған ауру індеттерінің құрбандарына айналууда. Әлемнің тұрақсыздық жағдайы туризмдегі құлдырауларға әкеледі, туристік индустрия мекемелерінің өмір сүруін қиындатады.

Жаһандану (лат. Globus – шар) – жалпы, бүкіл жер шарын қамтитын әлемдік құбылыс. Жаһандану – күрделі, көп факторлы, объективті, бір жақты баға берілмейтін процесс. Бұл – бір мезгілде өзара байланысты процестерді үйлестіретін қарама-қайшылықты құбылыс. Бір жағынан, табиғи жаһандану да бар («горизантальды»), ол жағдайда қандай да бір мәдениеттердің нақты жетістіктерін халықтар арасында орнаған байланыстардың мөлшеріне қарай басқа мәдеиет өзіне дарытады; екінші жағынан – жасанды жаһандану («вертикальды»), яғни сырттан таңылған. Бұл бір елдердің басқа әлеуметтік-мәдени аймақтар мен дәстүрлерге саясатты, экономиканы, мәдениетті, технологияны, дінді күштеп енгізу процесі. Жаһандану барысында терроризм, оның қылмыстық сипаты, агрессияшылдық, арсыздық күшейеді, политизация өседі. Жаһандану саяси, экономикалық және әлеуметтік проблемалардың ушығуына әкеледі.

Жаһандану процесіне туризм саласы да ұшырады. Әлемдік туристік нарықты бүгінгі таңда 10 жаһандық корпорация бақылауда ұстайды.

Туризмдегі әлемдік жаһандану корпорациялары

| Корпорация | Елдер |
|-----------------------|-------------|
| 1. Carison Companies | АҚШ |
| 2. American Express | АҚШ |
| 3. Japan Travel Burea | Жапония |
| 4. Preussag | Германия |
| 5. C&N Touristik | Германия |
| 6. Reve | Германия |
| 7. Airtours | Ұлыбритания |
| 8. First Choice | Ұлыбритания |
| 9. Accor | Франция |
| 10. Groupe Kuoni | Швейцария |

Жаһандану процесі антиглобализмді қалыптастырды – яғни глобализация процесінің объективтілігін, позитивтік сипатын жоққа шығаратын көзқарастар жүйесі пайда болады. Антиглобалистік қозғалыстың басы болып 1994 жылғы Мексикандық ұйымның АҚШ, Канада және Мексика арасындағы еркін сауда жөніндегі келісімге қарсы шығуы есептеледі. Антиглобалистер 1999 ж. ДСҰ кездесуіне қатысушыларға кедергі жасауға тырысты, нәтижесінде кездесудің

ашылу салтанаты кейінге қалдырылды. Генуядағы 2001 ж. «Сегіздік» (G 8) елдерінің саммиті антиглобалистердің полициямен қатығысымен қатар жүрді, шамамен 100 адам жараланып, 1 адам қаза тапты. Сауда кедергілерін жою Еуропа мен АҚШ компанияларының өз өнімдерін басқа елдерге арзан жұмыс күшімен өткізуге мүмкіндік береді, нәтижесінде бұл елдерде жұмыс орындарының саны төмендейді. 2000 – 2005 жылдар аралығында АҚШ өнеркәсібінде жұмысбастылық 3 млн. адамға (17%) қысқарған.

2006 жылы Афиныда өткен IV Еуропалық әлеуметтік форум кезінде, еңбек нарығының жаһандануына, кедейлікке, қоршаған ортаны қиратуға, ақылы білімге қарсы бағытталған бас көтерулерге 80 мың адам қатысты. Батыстық антиглобалистер өз еліндегі жұмыс орындарын сақтап қалуға тырысады. Ресейлік антиглобалистер еңбек нарығында демпинг жасаушы мигранттарға, американдық өмір салтын таңуға және трансұлттық компаниялардың жаһандық экспансиясына қарсы тұруда. Антиглобалистер жаһандану процесін экономиканың, әлеуметтік саясаттың, этностар, мәдениеттер, мемлекеттер жүйесінің, әрбір нақты тұлғаның еркін және қауіпсіз дамуына төнген айқын және потенциалды қауіп деп қабылдайды.

Жаһанданудың ең айқын белгілеріне мыналар жатады:

- Өсіп келе жатқан өзара байланыстылық, саяси, экономикалық, экологиялық, рухани-құндылықтық, әлеуметтік, конфессиялық факторлар мен даму жағдайларының өзара тәуелділігі;
- Жаһандану динамикасының түрлі субъектілері қолданатын стратегиялық даму мақсаттарының, оның құралдарының, әдістерінің плюрализмі;
- Түрлі елдердің, халықтардың арасындағы байлық пен кедейліктегі әлеуметтік топтардың, білімге қол жетімділіктің, ақпараттық ресурстардың, экономикалық ыңғайлылық айырмашылығының тым алшақтануы.

Әлемде халық санының шектен тыс тез көбею тенденциясы күшейіп келеді. ХІХ ғасырда Жер тұрғындарының саны 1,5 есеге, ал ХХ ғасырдың екінші жартысында – 2,4 есеге көбейген. ХХІ ғасырдың алғашқы жартысында БҰҰ халық санының 1,6 есе өсуін болжап отыр. Урбанизация процесінде бір мезгілде жүруде. БҰҰ болжамдары бойыша 2025 жылға қарай планета халқының 75 %-ы қалаларда тұратын болады. Жер халқының 85 %-ы дамушы елдерден болады. 2025 ж. Халықтың 75 %-ы ауыз су тапшылығын бастан кешіріп жатқан елдердің тұрғындары болады. Бұл өз кезегінде айтулы геосаяси, нәсілдік-этникалық және т.б.салдарларға алып келеді. Қазіргі таңда 2 млрд. адам электроэнергия көздеріне зәру, 1, 5 млрд. адам қауіпсіз таза су пайдалана алмайды, мектеп жасындағы әрбір 7-ші бала мектепке бармайды. Аса кедей елдер халқының шамамен 30 %-ының өмір жасы 40-қа жетпейді, жыл сайын 8 млн. адам ластанған су мен атмосфераның әсерінен қаза табады. 23 дамушы елдердегі ересектердің жартысынан көбі сауатсыз.

БҰҰ маманданған мекемелері әлемдегі халықтың 20 % ең бай және 20 % ең кедей топтарының шығындарының дифференциациясының динамикасын есептеп шығарды.

Жаһандану біртекті, бірполярлы әлем қалыптастыруда. Алайда бірполярлы әлем солқылдақтау келеді. Батыстың тықсыруына тек нығайған

Шығыс қана, және ең алдымен Ресей қарсы келе алады. Ресейді қоса алғанда б азиялық елді біріктіретін Шанхай ынтымақтастық ұйымы (ШЫҰ) глобализация мәселелерімен айналысуда. 2004 ж. Маусым айында ШЫҰ саммитінде халықаралық терроризм, наркотрафик, ортақ еңбек, капитал, технология нарығын құру мәселелері қаралды. Жаңа болашағын қалыптастыра отырып, Ресей орыс рухының дәстүрлері мен Шығыс өркениеті мұрасының өзара қиысу жолдарын іздестіруде. Бұл рухани-құндылықтық мәселені шешуде үлкен маңыз туризмге беріледі.

Жаһандану және MICE индустриясы

Қарқынды өсіп келе жатқан экономикалық жаһандану, түрлі мемлекеттердің шаруашылық өмірлерінің интернационализациясы, халықаралық кәсіпкерліктегі алуан түрлі іскерлік мәдениеттедің өзара белсенді әрекеттесуі іскерлік туризмнің маңызды секторы – *MICE индустриясы* (Meetings – жиналыстар, кездесулер; Incentives – екпіннің оянуы; Conferences – конференциялар, жиналыстар, съездер; Exhibitions – көрмелер, көрсетілімдер, демонстрациялар) деген атауға ие болған іскерлік кездесулер индустриясын қалыптастырды. Конгресстер, көрмелер, инсентив-саяхаттар, оқу семиналары, ұжымдық жиналыстар, ғылыми конференциялар және т.б. іскерлік кездесулерді өткізу бүгінгі таңда жүздеген миллиард долларға бағаланады және бағаның өсімі тоқтар емес. Мысалы, Қытайдағы 2008 жығы Олимпиадаға дайындалудың өзі бүкіл ел аумағында 100 көрмелік орталықтың құрылысының қажеттілігін тудырған. Конгресстердің халықаралық ассоциациясының (ICCA) мәліметтері бойынша конгресстік туризмнің шарықтау шыңы 2004 жылға сәйкес келеді, сол жылы барлық континенттерде 4804 халықаралық конференция болып өткен. Көшбасшы Европа болды, оның үлесіне барлық іскерлік кездесулердің 59,1% - ы тиесілі (... және ... кестелер).

2000-2004 жж. Өткізілген конференциялар саны

| | Конференциялар саны | | | | |
|-------------------|---------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 2000ж | 2001ж | 2002ж | 2003ж | 2004ж |
| Еуропа | 2456 | 2399 | 2711 | 2674 | 2841 |
| Азия | 625 | 691 | 751 | 658 | 868 |
| Солтүстік Америка | 576 | 517 | 599 | 543 | 514 |
| Латын Америкасы | 253 | 247 | 212 | 249 | 282 |
| Австралия | 210 | 172 | 155 | 157 | 184 |
| Африка | 104 | 104 | 125 | 114 | 115 |
| Барлығы | 4224 | 4130 | 4553 | 4395 | 4804 |

Конгрестік туризм нарығындағы көшбасшы-елдер

| Мемлекет | Конференциялар саны | | | | |
|-------------|---------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 2000ж | 2001ж | 2002ж | 2003ж | 2004ж |
| АҚШ | 405 | 341 | 397 | 373 | 337 |
| Германия | 275 | 235 | 246 | 233 | 288 |
| Испания | 185 | 196 | 254 | 252 | 283 |
| Франция | 248 | 213 | 199 | 191 | 228 |
| Ұлыбритания | 287 | 193 | 238 | 233 | 217 |
| Италия | 182 | 208 | 216 | 227 | 191 |
| Голландия | 170 | 146 | 129 | 143 | 189 |
| Австрия | 187 | 142 | 136 | 132 | 155 |

Қалалар арасында көшбасшылар болып Барселона (107 конференция), Сингапур (104 конференция), Вена (103 конференция) танылды. МІСЕ шарасына қатысушы бір адамның орташа шығыны күніне 445 долларды құраған. Форумдарды ұйымдастырушы-елдер елдің ұлттық табысына айтарлықтай үлес қосады. Мысалы, 2004 жылы АҚШ-тың жалпы ұлттық өніміндегі (ЖҰӨ) конгрестік туризмнің үлесі 122,31 млрд. долларды құраған (өнеркәсіп салалары және қызмет көрсету салалары арасында 29-орын), яғни фармацевтикалық және медициналық салаларды басып озған. Қызметтің бұл саласында АҚШ-та 1,7 млн. адам жұмыс істейді.

Іскерлік кездесулерді өткізу үшін қонақ үйлер конгресс-орталықтарды, конференц-залдарды, оқу және көрме орталықтарын салады және жабдықтайды, яғни қызмет түрлерінің толық кешенін «бір шатырдың астында» көрсетеді. Тек қана МІСЕ-шараларын өткізуге арналған әдейі жабдықталған залдары бар жеке мамандандырылған конгресс-отельдер пайда болды. Олар өз меймандарына жоғары қауіпсіздікке, тәуліктің кез-келген уақытында кофе әкелуге («барлығы қосулы тұр» жүйесі), қызметтің кеңейтілген кешеніне кепілдік береді. Қатарға конгресс-орталықтардың қосылуымен беделді іскерлік кездесулерді дайындауға қажет уақыт 3-6 жылдан 1-3 жылға дейін қысқарды. МІСЕ-шаралардың ұйыдастырушыларына мәліметтердің оперативті базасын ұсынатын конференц-орталықтардың Халықаралық ассоциациялары құрылуда. Ақпаратта өлшемдер, орын жағдайы, бағалар, конференц-залдардың жоспары, құрал-жабдықтардың тізімі және іскерлік орталықтардың басқа мүмкіндіктері көрсетіледі.

МІСЕ индустриясындағы активизация, конгресс-орталықтар нарығы үлесінің, соның ішінде конгресс-отельдердің өсуі (үлкен және кіші, қала ішіндегі және қала сыртындағы), нарықтық бәсекенің қаталдануына әкеледі. Іскерлік туризмдегі аса танымал дестинациялар осы нарықтың жаңа қатысушылары тарапынан бәсекені қаттырақ сезінуде, бұл конгресс-қызметтердің бағасын төмендету және құжаттар процедуралары мен формаларына өзгерістер енгізуді қажет етеді. Заманауи конференц-залдардың техникалық жабдықталуына талап қатты өсуде. Қондырылған жабдықтар халықаралық стандартқа сай болуға және ақпаратты қабылдауға оптимальды жағдайларды қамтамасыз етуге тиіс. Қазіргі таңда қондырылған микрофондар аздық етеді, жаңа технологияларды: жоғары жылдамдықтағы желісіз

Ғаламторды, құлақбаулары және инфрақызыл бөлгіштері бар қабылдағыштарды, шағын компьютерлерді, плазмалық панельдерді, бейнепроекторларды, презентациялық голографиялық техниканы, әр алуан конференц-жүйелер – электрондық дауыс беру, синхрондық аударма, дискуссиялық, бейне көрсетілімді және т.б. жүйелерді пайдалануды талап етеді. Тіркелу процедурасы мүмкіндігінше on-line жүйесінде өткізілуі керек, қызметкерлерден тұлғааралық коммуникабельділік саласындағы негізгі білім, сонымен қатар байланыстың жаңашыл жүйелері саласында да біліктілік қажет етіледі. Конгресстік туризмнің жалпылығы, оның маусым талғамайтындығы, болжамдылығы және қосымша қызметтердің кең спектрі бар жоғары сапалы қызметтерді пайдалануға бағытталу МІСЕ-шараларды туризмнің жаһандық дамуындағы басым бағыттардың біріне айналдырады.

Әскери қақтығыстар. Саяхаттарды ұйымдстырудың аса маңызды талаптарының бірі туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету болып табылады. Туристер еш уақытта қауіпті аймақтарға, саяси кернеуліктегі аудандарға бармайды. Оған Ирактағы соғыс айқын мысал бола алады. Кірме туризмі бойынша европалық туроператорлардың ассоциациясы (ЕТОА) 2003 ж. Туристік нарық дамуының болашағы туралы зерттеулер жүргізді және 2002 жылғы мәліметтермен салыстыра отырып, туризмдегі европалық бағыт танымалдылығының өскендігін атап көрсетті. Алайда Ирактағы әскери қимылдардың басталуымен жағымды тенденциялар бірден түсіп кеті. Марокко, Тунис, Египет, Иордания, Катар, Ливанда соғыс қарсаңында туристік ағымдар бір қалыпты болды, әскери қимылдардың басталуымен тез құлдырау басталды, әлемдік туризм шын мәнінде қатты соққы алды. ЮНВТО (UNWTO) сарапшыларының болжамдары бойынша туризмде жағымды болған 2000 жылғы көрсеткіштер деңгейіне тек 2006 жылы ғана қол жетеді.

Бағдатты бомбалаудың басталуымен жолдамалар тез арада арзандап кетті. Мектептегі көктемгі демалысқа Египеттегі апталық демалысты 250 долларға сатып алуға мүмкіндік туды. Бұл тіпті әуе билеттерінен де арзан. Туристік фирмалар, ел экономикасы орасан шығындарға ұшырады. Халықаралық қатынастардың тұрақтылығына мүдделі туризм бұл кернеулікті тоқтатқысы келеді, әлем ісіне өз мүмкіндігінше үлесін қосуды қалайды. Туристер осы екі елдің де арулары қатысатын сән көрсетілімдеріне келеді. Бұл қызықты көрсетілім екі елдің достығының куәсі ретінде тұрғызылған қабырға фонында өткізіледі. Халықаралық туризмді нығайтуға 2004 ж. қыста Антарктидада бір шыңды (999 м.) бағындырып, «Халықтар арасындағы достық туын» орнатқан израиль-палестиналық альпинистер тобы өз үлестерін қосты.

Туризм белсенді түрде геосаяси кернеулікке қарсы тұра алады, оның бейбітшілікті нығайтудағы ролі мен маңызы аса зор. Әлемдегі 2002 жылғы тұрақты жағдай туризмге оң әсерін тигізді. Халықаралық туристік келудің жалпы саны 2002 ж. 715 млн-ды құрады. Бұл 2001 жылмен салыстырғанда 22 млн-ға көп және 2000 жылғы рекордтық көрсеткіштен 19 млн-ға көп. Біз – бір шағын ғаламшар Жердің тұрғындарымыз. Ғарышты игеру, қоршаған ортаны қорғау, денсаулықты нығайту, туризмді дамытудың ортақ істеріндегі елдердің

халықаралық әріптестігі ғана планетада жағымды саяси климат орната алады және адамзатты туризмді дамытудың жаңа дәрежесіне көтере алады.

Визалық рәсімдеу. Саяси факторлардың туризмнің дамуына тигізетін әсерін визалық рәсімдеулерден де байқауға болады. Визалық рәсімдеулер – туристік визаны рәсімдеумен және алумен байланысты процедуралар. Туристік виза – аталған елге уақытша кіру, өту немесе шығуға рұқсат ету туралы паспорттағы ресми белгі. Визаны шетел мемлекеттерінің дипломатиялық өкілдіктерінен шақыру негіздемесінде алады. Шақыртуға байланысты визаларды іскерлік, жеке, туристік, қызметтік деп бөледі.

Туристік фирмалар визаларды негізгі екі топқа бөледі: сатып алынған және рұқсат етілген. Сатып алынған визалар көрсетілген құжаттар және төлеген төлем (консулдық жинау) негізінде автоматты түрде рәсімделеді. Рұқсат етілген визаны алу үшін қонақ үйді брондау туралы растама, қайту билетінің болуы, «таңғы асы» немесе жартылай пансион бар жол билеті болуы және әңгімелесуден (собеседование) өтуі қажет.

Визаны беру мерзімі – 4 күннен 40 күнге дейін. Визаны алу – басқа мемлекетке баруға қойылатын міндетті талап. Алайда виза әлі де сапардың өтетініне кепілдік бола алмайды. Ол тек туристің паспорты баратын елдің консулдық мекемесінде тіркеулі тұрғандығын ғана растайды. Соңғы шешімді шекарада иммиграциялық қызмет орындары (шекарашылар, полиция) шығарады. Шекарада туристерден кіру елінде болуға қажетті қаржыны көрсету, туристің өз еліне қайтып оралатынын дәлелдейтін құжаттар талап етілуі мүмкін.

Визалық рәсімдеулер қаншалықты күрделі болса, туризм дамуының екпіні де соншылақты төмен болады. Ұлыбритания ресейлік туристердің шетелдік паспорты виза берілген күннен бастап 6 ай бойына өз күшінде болуын талап етеді. Голландия ата-анасымен бірге елге кіретін туристердің 14 жастағы балаларымен әңгіме жүргізуді міндеттейді. Бұл әр аймақтан келетін туристеге шынайы кедергі болды, бұл бағыттағы туризмнің төмендеуі байқалды. Евроодақа кіре отырып, Балтық едері өздерінің визалық талаптарын қатайтты. Егер бұрын 6 жасқа дейінгі бала ата-анасының паспортына тіркеліп жазылса, енді оның суретін жапсыру талап етіледі. Бұл жаңа ережелерді енгізудің кесірінен көптеген ресейлік кәмелетке толмағандарға шетелге сапар шегуге тыйым салынды.

2006 жылдың аяғында АҚШ-тың консулдық қызметі қағаз бланкілермен жұмыс істуден бас тартып, электрондық құжаттарға көшті. Арыздар ғаламтор арқылы ағылшын тілінде қабылданады. АҚШ елшілігінің сайтында анкетаның орыс тілінде аудармасы және арыз беру туралы қосымша ақпараттар орналастырылады. Турагенттерге арналған турларды сату технологиясы өзгеріссіз қалды. Бұл виза үшін үндеу процесін стандарттауға және процедура қауіпсіздігін көтеруге мүмкіндік береді.

Батыс Европа елдеріне туристік ағымдарды көбейтуге Шенген келісімі жағымды жағдайлар туғызуда. 1985 ж. 14 маусымда Шенген қаласында (Люксембург) Бельгия, Люксембург, Нидерланды, Франция, ГФР ортақ шекараларда бақылауды біртіндеп алып тастау туралы келісімді бекітті. Қазіргі таңда Шенген келісімінің ықпал ету зонасына 15 европалық ел кіреді: Австрия,

Бельгия, Грекия, Дания, Испания, Исландия, Италия, Люксембург, Нидерланды, Норвегия, Португалия, Финляндия, Франция, ГФР, Швеция. Екі ел: Ұлыбритания мен Ирландия, келісімге сәйкес, бұл келісім-шартқа кез келген уақытта қосыла алады. Шенген келісімінің қатысушы-мемлекеттері ортақ визалық саясатты енгізді, белгілі мерзімге шетел азаматтарының кіру және елде болу мәселелерін реттеді, сытқы шекараларда бақылауды күшейтті және ішкі шекараларда шекаралық бақылауды алып тастады. Мысалы, бельгиялық консулдық туристе шенген визасы болған жағдайда визалық рәсімдеуді жеңілдетуді енгізді. Егер турист соңғы 2 жылда бір реттен артық шенген визасын алған болса, ол қайта әңгімелесуден өтпейді. Визаны тұлғаның өзі де, үшінші жақ арқылы да рәсімдеуге болады. Шақыру құжаттың сканерленген нұсқасында немесе факсимальдық көшірмесінде болуы мүмкін. Санкт-Петербургте туристер визаны Нидерланды консулығында рәсімдей алады. Келісілген шарттар бойынша визаны алу мерзімі – 3 жұмыс күні. Транзиттік визаны рәсімдеу одан да жеңіл. Құжаттардың ең аз мөлшері талап етіледі: толтырылған сауалнама және ұшаққа билет (немесе әуе брониның мөрі), қонақ үйді брондау туралы және негізгі көзделген елдің іске асатын визасы. Мұндай жаңа енгізулер елдің тартымдылығын таң қаларлықтай өсіреді.

Саяси факторларды назарға алмау туризмнің дамуында ауыр жағымсыз салдарға алып келуі мүмкін. ЮНВТО (UNWTO) сарапшыларының көзқарасы бойынша әлемдік туризмдегі үлкен мәселе жалпысаяси бегісіздік болып табылады. Халықаралық қақтығыстардың, жергілікті соғыстардың пайда болуы, туристер қауіпсіздігінің қамтамасыз етілмеуі туризм дамуына оң әсерін тигізбейді. Терроризм саясатты жүргізудің формасына, ал жарылыстар – саяси контекстің бір бөлігіне айналуы кезінде демократия да, бостандық та тұрақтылық та болуы мүмкін емес. Туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету үлкен мәселеге айналып отыр. Терроризмнің ушығуына жауап ретінде елдер Шенген келісімінің жүзеге асуын тоқтатуда. Мемлекеттердің шекараларында автокөліктер мұқия қарауға, күшейтілген тексеруге ұшырап жатыр, маршрутта бөгелік, қажытатын кезектер, шекарадан өтуді ұзақ уақыт күту пайда болды. Туристер ешқашан мұндай ауыр да қауіпті саяхатқа бармайды, демек бүкіл туристік қызмет тығырыққа тіреледі. Сондықтан саяси факторлар туризмнің дамуына және оның тартымдылығын жасауға бағытталатын тек жағымды сипатта болуға тиіс.

Әлеуметтік-экономикалық факторлар

Мемлекеттердің әлеуметтік-экономикалық дамуының деңгейін ХХ ғасырда ғылыми-техникалық прогресс, өнеркәсіптің негізгі факторларының зияткерленуі анықтап берді. Ғаламдық экономикалық бәсекеде экономикаға ғылыми-техникалық өзгерістер енгізуге жағымды жағдайларды қамтамасыз етіп отырған елдер ұтады. Аналитикалық зерттеулер көптеген Батыс елдерінің экономикалық өсімінің инновациялық аспектілері ЖІӨ-нің 30 %-ына дейін қамтамасыз ететінін көрсетті. Ресей мен АҚШ экономикасының салалық құрылымдарын 2000 ж. Салыстыру ресейлік экономикада әскери-өнеркәсіптік

кешен басты бағытта екендігін, қызмет көрсету кешенінің дұрыс дамымағандығын және басқару жүйесінің тиімсіздігін (бюрократияның тым үлкен әсерінің кесірінен) көрсетті. Қаржылық, техникалық және т.б. идеялар инновацияға айналуы үшін және экономиканың жаңа тұтынушылық базасын қалыптастыратын жаңа бұйымдар мен өнімдердің сериялы шығарылымына (соның ішінде туристік) айналуы үшін экономиканың барлық салаларының (туризмді қоса) тиімділігін қайта қарау қажет. Заңның үздіксіз өзгеріп отыруы, инвестициялардың сандық (бірақ сапалық емес) көрсеткіштерін арттыру үшін бағытталуы, жұмыс істеуші халықтың төмен жалақысы, банктік несиелеудің төмен дамуы, жемқорлықтың таң қалдырарлық көлемі және т.б. жағымсыз факторлар елдегі әлеуметтік және өнеркәсіптік дамуды тежейді. Бұл туризмнің жағдайынан да көрініс береді.

Әлеуметтік-экономикалық факторларға сондай-ақ халықтың жасы, еңбекке қабілетті және қабілетсіз жастағы түрлі жас мөлшерлік топтар санының өзгеруі, туу мен өлім көрсеткіштері, ерлер мен әйелдердің арасалмағы, халықтың еңбекпен қамтылуы, қызметтік сапарлардың өсуі, бос уақыттың болуы, жалақы мөлшері, салық салуға екіпін беретін экономикалық және қаржылық жағдайдың жақсаруы (нашарлауы), туризмге жұмсалатын шығынды жабуға қоғамдық қаржы бөлу үлесінің өсуі (төмендеуі) және т.б. жатады. Олардың кейбіреулерін қарастырайық.

Технологиялық факторлар

Технологиялық факторлар маркетингтік технологиялық жай-күйін, бұқаралық қор қатынастардың туризм деңгейінің дамуна әсерін айқындайды. Алғашқыда бұқаралық туризмді дамытуда турист үшін басты мәселе демалыс орнына жету, қонақ үй бөлмесін алу болып табылады. Елдің ерекшелігі, халықтың мәдениеті, түрлі экскурсиялар турист үшін онша қызықты болмады. Туристік нарықтың дамуына баланысты жағдай түбегейлі өзгереді. Туристік өнімді сәтті сату үшін, туристік сала мамандарына келесілер қажет:

1-ден: жеткізілетін елге және туристке ұсынылып отырған тауар туралы ақпараттарды өзі толық білуі қажет.

2-ден: осы ақпараттарды тұтынушыға жеткізе білуі қажет.

Бұл мәселелерді шешу үшін.

- Бұқаралық ақпарат құралдарын;
- Жеке меншіктік байланыс желілерін,
- Жеке меншіктік емес байланыс желілерін;
- Қоғам мен байланысты қолдану керек.

Жеке меншіктік байланыс –бұл радио, теледидар, телефон арқылы үлкен аудитория алдына шығу болып табылады. Жеке контакт, тұтынушы мен байланыс жасау жеке туристтердің талабын үйренуге, тұрақты тұтынушыларды табуға мүмкіндік береді. Бұл факторлар әсіресе элитарлық, қымбат тұратын туризмдерде маңызды роль атқарады.

Жеке меншіктік емес байланысқа баспа жарнамалары (газет, журнал, буклет және т.б.) пошта, интернет, радио арқылы жарнама жасау жатады. Бұл

факторлар үлкен емес.....әсер етеді. Жеке меншіктік емес байланыс үлкен, географиялық кең нарықтың назарын аударады. Байланыстың басқа элементтерімен сәйкес келеді. уақыт өте келе бірнеше рет қайталануы, өзгеруі мүмкін.

Мемлекеттік есепшілердің есебі бойынша өзінің туристік өнімін жарнамалық-ақпаратпен қамтамасыз ету үшін жылына 10 млрд \$-дан аз қаржы бөлінбеуі қажет.

Ұжыммен байланыс кезіндегі басты компонент туристік насихат болып табылады. Бұқаралық байланыс құралдары аудиториясына эффективті әсер ететін қоғамдық маңызды тұлғалар: әртістер, ғалымдар, жүргізуші мамандар жатады.

Олардың ой-пікірлері қолайсыз ақпараттарды теріске шығарады, туризмді қолдайды, сату проценсін ынталандырады. Туристік қоғам мен орта арасындағы сенімді, өзара түсінушілікті қалыптастыру, фирмалардың атақ-даңқтарын шығаруда, туристік өнімді кең таратуда өте күшті әсер етеді.

Электр энергетикасы саясаты

Электр энергетикасында өткізілген реформалардың нәтижесінде тұтытынушылардың электр энергиясын жеткізушілерді еркін таңдауы, субъектілердің электр желілеріне еркін және шек қойылмай қол жеткізуіне негізделген электр энергиясы мен қуаттың бәсекелес көтерме рыногы ойдағыдай жұмыс істеуде.

Электр энергетикасын одан әрі реформалау рыноктағы өзгерістерді тереңдетуге, электр қуатының биржа саудасын жасау мен дамытуға, электр қуаты саласындағы қызмет көрсетулер арнасын кеңейтуге бағытталады.

Өткізілетін реформаларды қолдау мен саланың одан әрі дамуы үшін, қуатты өндіретін және тасымалдайтын кәсіпорындардың құрал-жабдықтарын жаңарту үшін инвестициялардың өсуін қамтамасыз ету қажет.

Электр желілері компаниялары үшін инвестицияларды тартуды ынталандыру мақсатында табиғи монополия субъектілерінің орташа кезеңдегі мерзімге қызмет көрсетулеріне, инвестициялардың қорғалуы мен нормативтерден тыс шығындарды қысқартуға олардың бағытталуын қамтамасыз ету үшін жағдай жасауға мүмкіндік беретін жаңадан прогрессивті тәсілдерін енгізу қажет. Тарифтерді белгілеудің жана тәсілдерін іске асыру тарифтердің өсуіне әкеледі, осыған байланысты, халықтың табысы аз бөлігін қолдау шараларын бір мезгілде қолдану қажет.

Бұдан өзге, электр қуатын тарату көлемінің өсуінің негізгі өлшемінің бірі болып табылатын электр энергиясын тарату жөніндегі қызметтеріне белгіленген тарифтерге азайту коэффициенттерін беру арқылы тарифтерді белгілеудің икемді әдістерін енгізу қажет.

Азайту коэффициенттерін енгізу отандық тауар өндірушілер мен республиканың экспортқа бағытталған кәсіпорындары өнімінің бәсекеге қабілетін қолдауға мүмкіндік береді.

Электр және жылу энергиясына тарифтерді реттеу саясатын жүргізу кезінде мынадай факторлар ескерілетін болады:

электр энергиясының тө мен тарифтері экономиканың маңызды міндеттерінің бірі - дамыған елдерден 3-4 есе жоғары болып тұрған өнімнің энергияны қажетсінуін азайтуға ықпал етпейді. Арзан ресурстарды ешкім үнемдемейді;

бүгін бюджет бір жағынан тө мен тарифтер есебінен табиғи монополистердің қызмет көрсетулеріне бюджеттік ұйымдардың жұмсайтын шығыстарын арзандатудан пайда тауып отырғанын, сонымен қатар ол салықтарды толығымен алмайтынын талдау көрсетіп отыр.

Сол себептен, электр қуатына тарифтерді едәуір көтеру қажет. Бұл қадам кәсіпорындарды өнімге энергияның жұмсалуды тө мендету жолымен жүруге мәжбүрлейді, оларды жаңартылуына қозғау болады.

Тарифтердің өсуі бірқатар тұтыну тауарларының бағаларын және тұрғын-Үй коммуналдық қызмет көрсетулерге тарифтердің өсуіне, халықтың соған орай шығыстарының өсуіне әкелетіні сөзсіз. Сондықтан халықтың табысы тө мен бөлігін қолдау шараларын бір мезгілде қолдану қажеттілігі туындайды. Мұны күнкөрістің тө менгі деңгейін, ең тө менгі жалақы мен зейнетақыны көтеру арқылы немесе халықтың ең кедей бөлігіне атаулы қаржылай кө мек көрсету арқылы жасауға болады.

Сонымен, табиғи монополистердің қызмет көрсетулеріне, атап айтқанда электр қуатына тарифтердің өсуі табиғи монополистердің ғана емес, бүкіл ұлттық экономика тұрғысынан алғанда болмай қоймайды әрі өзін-өзі ақтайды. Осымен бір мезгілде бұл компаниялардың өндіріс шығындарының құрамы мен көлемінің негізділігіне де мониторинг қажет.

Ақпараттық саясат

Ақпараттық технологиялар (АТ) саласындағы негізгі міндет ашық жүйелердің тұжырымдамасы негізінде әлемдік қоғамдастық іске асыратын ғаламдық ақпараттық инфрақұрылымның бір бөлігі (Global Information Infrastructure - GII) ретінде ҰАИ-ды (ұлттық ақпараттық инфрақұрылым) біртіндеп дамыту, сондай-ақ бағдарламалық өнімдерді және софт-технологияларды дамытуды ынталандыру болып табылады.

АТ-ны дамыту кезінде компьютер жабдықтарына бағаның тө мендетілуіне орай негізгі пайда компьютер жабдығының өндірісінде емес, пайдаланушылар шығындарының тұрақты өсімі болатын - бағдарламалық құралдар, қызметтер мен консультациялар секторында шоғырланатынын ескеру қажет.

АТ саласындағы қызметтерге ғаламдық сұраным болжаммен 1997 жылғы 327 млрд. АҚШ долларына қарағанда 2008 жылға қарай 1 трлн. АҚШ долларына жетті. Қазақстанда қолдануға болатын АТ секторы экономиканың аса маңызды салаларында нығаюы тиіс. Бұлай болмаған жағдайда осы саланың өнімі импорттың маңызды бөлігі болып қала беруі мүмкін. Бұдан басқа, тұтас алғанда ұлттық экономика салаларында сапалы өзгерістердің қозғаушысы бола

отырып, АТ елдің телекоммуникацияларын дамытуда айқындаушы рөл атқарады. АТ саласындағы мемлекеттік саясат:

ҰАИ-ды дамытуға ықпал ететін ашық және тұрақты нормативтік-құқықтық базалар мен стандарттарды жасауға;

халықтың, шаруашылық субъектілерінің, қоғамдық ұйымдардың және Қазақстан Республикасының мемлекеттік басқару органдарының, ҰАИ-ға жан-жақты қол жеткізуін қамтамасыз етуге;

мемлекеттік органдар порталдарын жасауды, мемлекеттік деректер базасы мен құжат айналымы рәсімдерін қоса алғанда, "электрондық үкіметті" әзірлеп, енгізуге;

ақпараттандырудың мемлекеттік құралдары мен жүйелерін стандарттауға, сәйкестендіруге және сертификаттауға;

ішкі және сыртқы әлемдік рыноктардың жаңа мүмкіндіктерін барынша пайдалануға мүмкіндік беретін электрондық сауда-саттықты толық ауқымда енгізуге жәрдемдесуге;

мемлекеттік сатып алу саласында электрондық аукциондар мен тендерлер тетігін енгізуге;

халықтың білім деңгейін электрондық оқу мекемелері мен кітапханаларды құруды қолдау есебінен көтеруге;

бағдарламалық құралдар мен софт-технологиялардың ұлттық индустриясын дамытуды жан-жақты қолдауға бағытталуы тиіс.

Телекоммуникацияларды дамыту

Өскелең әрі перспективалы салалардың бірі ретінде телекоммуникациялар саласында индустриялық-инновациялық саясат отандық бизнес пен халықтың барынша қол жеткізуіне және неғұрлым алдыңғы қатардағы байланыс құралдарының дамуына жәрдемдесуге бағытталуы тиіс.

Қазақстан әлемде болып жатқан телекоммуникациялар өзгерістерінен тыс қала алмайды. Қазіргі кезеңде әлемде жаңа телекоммуникациялық технологияларды: мобильді телефондар үшін жаңа, көп дүркінді кеңейтілген мүмкіндіктер беретін кең диапазонды байланыстары сияқты, Интернет пен мәліметтер беру, сондай-ақ мобильді телефондардың үшінші буын технологиясын жеделдете дамыту мен енгізу жүріп жатыр.

Қазіргі кезде қазақстандық телекоммуникациялық компаниялар шетелдік және халықаралық спутник компанияларынан спутник ресурстарын жалға алуға мәжбүр. Сондықтан елдің күллі аумағында теледидар хабарларын тарату үшін жағдай жасауға, шалғай және аз қоныстанған аудандармен байланыс мүмкіндігін жасауға, байланыс арналарының қуаттылығын әртараптандыру мен кеңейтуге кө мектесетін ғарыштық байланыс әлеуетін пайдалану қажет.

Сондай-ақ жер үсті телефон желілерін цифрлауды және жылдам дамытуды, талшықтық оптикалық байланыс желісінің құрылысын жалғастыру қажет. Ұлттық телекоммуникациялық желінің тиімділігін арттыру бәсекелестікті ынталандыру мен сектордың нарықтық толығымен жағдайға өтуіне жәрдемдесетін болады.

Институционалдық факторлар

Туризмдегі институционалдық инфрақұрылым – бұл саланың жиынтығы және қызметі (Мемлекеттік аппарат басқармасы, қаржылық несие және банктік жүйе, ғылыми бекітудің жүйесі және т.б.).

Халық шарушылығы макроэкономикалық қамсыздандыру реттемелі дамуы.

Туризмнің институционалдық инфрақұрылым – бұл мемлекеттік аппарат басқарма туризмі.

Туризмдегі басқару органы – мемлекеттік бекіту, мемлекеттер мен аймақтарда туризм басқармасының дамуына кіретін функциялар.

1991 – 2007 жылы туризмдегі мемлекеттік аппарат басқармасы, Қазақстан Республикасында болған:

- Дене шынықтыру Министрлігі, спорт және туризм. (1991жыл);
 - Жастар істерінің Министірлігі, спорт және туризм;
 - Көлік Министрлігі, коммуникация және туризм;
 - Туризм және спорт агенттігі Қазақстан Республикасындағы туризм департаменті облыстық (қалалық) әкімшілік (2000 жылдан 2003 жылға дейін);
 - Сауда және индустрия Министірлігі (2007 жыл.);
 - Сауда және индустрия Министрлігіндегі туристік іс-әрекет және сауданы реттеу комитеті;
 - ҚР Туризм және спорт Министірлігі (2007 жыл.);
 - Туризмдегі индустрия комитеті (2007 жыл);
- Туризм, дене шынықтыру және спорт Министрлігі,

Туризм индустриясын дамытудағы мемлекеттің рөлі.

Қазіргі кезде мемлекеттің қатысумен туризм индустриясын дамытудың үш түрлі жолы үлгі ретінде таңдалып алынған.

Бірінші үлгі орталық мемлекеттің туристік әкімшіліктің жұмысына қатыспауын болжайды, барлық сұрақтар нарықтың өзіндік қағидаттары бойынша шешіледі. Мемлекеттік органдар осындай шешім үлгісін қолдайды, егер де халықаралық туризм экономикасына мүлдем қажет етпесе немесе туристік нарықтағы субъектілер түсінікті және нақты орын алса, онда өз қиындықтарын мемлекеттік көмексіз шеше алады.

Туризм индустриясында осыған ұқсас үлгі АҚШ-та қолданды, 1997 жылы мемлекеттік құрылым тараған кезде, ел басшылары осы қадамға осындай түсініктеме береді:

- Туризмдегі мемлекеттік нарықта АҚШ-ң тұрақты орнықты орында болуы;
- Шет ел туристеріне мемлекеттің қосымша жарнамасыз тартымдылығы;
- Туризм индустриясында жеке меншік күшті кәсіпорындардың болуы және халықаралық нарықта өзіндік мықты жарнамалық акцияға қабілеттілігінің жетілдірілуі.

Екінші үлгі беделді және мықты орталық министрліктің болуы. Ол мемлекеттік салалардағы мекеменің кәсібін бақылайды. Оның іске асырылуына әдейі шарттар қойылады, мысалы: туризм индустриясында маңызды қаржылық

салым, негізінен, маркетингтік және жарнамалық кәсіптілік, туристік инфрақұрылымды қаражаттандыру және т.б. Мысалға келтіретін болсақ, 1999 жылы жарнамаға Италия және Египет мемлекеттерінде 3 млн. доллар қаржы жұмсалған.

Туристік индустрияны басқарудың бұл түрі Египет, Турция, Тунис және бірталай басқа елдерде қолданылады. Өйткені туризм бұл елдердің негізгі қаржы көзі.

Еуропаның дамыған елдерінде орталық мемлекеттік басқару жергілікті билік органдарымен және жеке меншік бизнестермен тығыз жұмыс жасайды. Қарым-қатынастың бұл түрі екі жақтан да тиімді болып табылады. Әкімшілік органдары мен жергілікті және мемлекеттік басқару органдарының арасында тығыз қарым-қатынас пайда болады және мемлекеттік экономикаға қатысты маңызды мәселелерді шешуге жекеменшік кәсіпкерлердің пайдасы қолданылады. Бұндай саясаттың нәтижесінде туристік іс-әрекетті реттеуді қолға алу арасында (мемлекеттік - әкімшілік) басқару институттары пайда болады.

Франция, Испания; Ұлыбритания және Италияда үшінші үлгі сәтті қолданылады. ХТҰ-ның мәліметтері бойынша әлемдік туризмнен түсетін пайданың 1/3 бөлігі осы елдерге үлесіне түседі.

Институтционалдық факторлар елдің заңды базасының жағдайын ескереді, туризмнің дамуын реттеп отырады. Мемлекеттің туристік саясаты халықаралық тәжірибемен сәйкес келуі тиіс. Яғни туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету, туристік ресурстарды сақтау, туристік индустрияның дамуы, мамандарды кәсіптік дайындау, туристтерге қызмет көрсету сапасын арттыру, туристік нарықтың мәдениетін қалыптастыру және т.б. болып табылады.

Институттардың жас отбасыларға көмектесуге кірісуі (капиталды, ипотекалық кредитті) халықтың өмір сапасын жақсартады, бұл туризмнің дамуының алғышарты болып табылады. Институт кірісітерінің қаржылай кепілдігі (федералды заң «Федералдың заңға өзгертулер енгізу туралы «Ресей федерациясындағы туристік іс-әрекеттің маңыздылығы») туроператорлардың іс-әрекетін жарнамалайды, туристтердің құқықтарын қорғайды, қызмет көрсетуге жоғары суранысты көрсетеді. Арнайы туристік рекреациялық-экономикалық аймақтарын қалыптастыру («Ресей Федерациясындағы туристік рекреациялық аймақтар туралы» федералды заңы) бұл да институтционалдық факторларға мысал бола алады, ол туризмнің дамуын айқындайды. Мұндай агенттіктер өз атынан ірі, өтпелі, ұзақ мерзімді және аз пайызды несиелер арқылы инвестициялардың назарын аударатынын халықаралық тәжірибе көрсетіп отыр. Тәжірибелі ұзақ мерзімді саясат Карелияда да бар. Мұнда қолайлы ұзақ мерзімді несиелік механизмдер мен қамтамасыз етілген: федералдық қаржылық несиелер, банктік несиелер және т.б. жолға қойылған. Ұзақ мерзімді несиелердің есебіне дамудың басты бағыттарының бірі - туристік бизнес болып табылады. Ұзақ мерзімдік федералдық актілерді құру, аз пайызды және ұзақ мерзімді бағалы қағаздарды шығаруға мүмкіндік береді, ол туризм орталығындағы инвестицияны жоғарлатуға әсер етеді. Ресей заңдарына

қажетті түзетулерді енгізу, институтционалдық факторларды қатайту туризм жағдайы үшін заңды базаларды парапар етеді, оның нақты дамуын қамтамасыз етеді, халықтың мәдениеті, елдің экономикасын қатайтады.

Құрылымдық –ұйымдастыру факторлары

Құрылымдық –ұйымдастыру факторларына кәсіпорынның өндіру процесінің құрылымдық ұйымдастырылуына әсер ететін факторлар тиісті. Шетелдерде осы немесе басқа ортада күйзеліс болған кезде сыртқы кеңесшілер кәсіпорынның құрылымына талдау жасайды.

Қауіпсіздік факторы.

Халықаралық туризмді дамытуға ұмтылу, оның жер шарының барлық аймақтарына таралуы, қауіпсіздікті қамтамасыз ету проблемасының асқынуына алып келеді. Бұл проблема төменде толығырақ қарастырылады.

Турист саяхат кезінде өзінің тұрғылықты жерінен басқа жерлерден ерекшеленетін ортаға тап болып, бұл кезде қауіпті жағдайларға кездесуі мүмкін. Ол жерлердің тілін, мәдениетін, салт-дәстүрін білмеуі, бұл жерде тараған ауруға иммунитеттің қарсы тұра алмауы, саяхат бағыттарының қиын болуы, осының барлығы турсттің өмірі мен денсаулығына кері әсер етеді. Туристер көп жағдайда ішкі саяси қақтығыстардың, терроризмнің, қылмыстық істердің құрбаны болады.

Азиялық аудандар өте қауіпті, Таяу Шығыста теракттар бірінен соң бірі болып тұрады. Туристер «жарылыстық» Ирак пен Израильға жақын орналасқан Жерорта теңізі жағалауы елдеріне өте аз барады. Олар қауіпсіз Скандинавия мен Балтық бойы елдеріне, Ресейдің солтүстік-батыс аудандарына барғанды дұрыс көреді. Адамның қауіпсіздігі толық қамтамасыз етілмесе, онда ол өзін ыңғайлы сезіне алмайды. «Конкорд» авиалайнерінің тарихы мұның дәлелі. 1950 жылдың ортасында Франция мен Ұлыбритания екіжақты жоба бойынша, алғашқы дыбыстың жылдамдығынан да тез ұшатын «Конкорд» лайнерін құрастырған. Жылдамдығы сағатына -2,2 мың км. Ұшу қашықтығы -4,5 мың км, жалпы сыйымдылығы 110 жолаушыға арналған. 1969 жылы «Конкордтың» алғашқы коммерциялық рейсі ұшырылды. Бұл рейстер туристерді көп еліктірді және көп пайда әкелді. 1990 жылдың ортасында (20 жыл бойы) «Конкорд» 3,7 млн туристке қызмет көрсетті. 2000 жылы шілдеде Парижде бұл ұшақ апатқа ұшырап, 113 адам қаза болды. АҚШ-қа теракт болғаннан кейін бұл авиалайнерге сұраныс 40% дейін төмендеді. Ал Иракта соғыс болған кезде сұраныс нөлге жетті. Қауіпсіздік кепілдігі болмағандықтан ұшақты әрі қарай пайдалану тиімсіз деп шешілді. 2003 жылы 13 мамырда «Конкорд» өзінің соңғы рейсін жасады. Ал қазір ол музейде –экспонат түрінде тұр. Бірақ қазіргі кезде дыбыстың жылдамдығынан да тез ұшатын лайнерлерге сұраныс әлі бар. 2025 жылға дейін 500 жаңа ұшақтар құру жоспарлануда. Олар бизнес туризмге арналған 10-12 орындықты ұшақ болуы тиіс. Кішкентай «Конкорд» болашақта сапалы да қауіпсіз болмақ.

2008 жылы 50 елде қауіпсіздікті қамтамасыз ету үшін электрондық төлқұжаттарды қолдануға кірісу жоспарланған.

Туристерді ақпараттандыру

Туризмнің қауіпсіздігі туристерді толықта шынайы ақпараттармен, техникалық регламенттік талаптардың орындалуымен және сақтандырудың әртүрімен қамтамасыз ету арқылы жолға қойылады.

Ақпарат (латынша «түсіндіру, баяндау»)- адамдарға әртүрлі тәсілдермен мәліметтерді жеткізу (жазбаша, ауызша, радио арқылы). Қазіргі туризмде әртүрлі байланыс құралдары бар. Ақпараттар баспасөз, радио, теледидар, кино, экскурсия арқылы таратылады.

Маусымдылық факторы

Туризмде маусымдылық факторы ерекше орынды алады. Жылдың белгілі бір мерзімдері туризмнің жағдайына әсер ете отырып, бір уақытта белгілі бір туризм түріне жағымды әсер етсе, кейбір түрлеріне жағымсыз әсер етеді. Туризмде маусымдылықты төмендегідей бөліп қарастырады:

- «жоғары маусымдылық» кезеңі
- «төмен маусымдылық» кезеңі немесе «өлі маусым»

«Жоғары маусымдылық» кезеңінде туристердің белсенділігі байқалып, туристік өнімге деген сұраныс артып, саяхаттаушылардың белгілі бір жыл мезгіліне байланысты мақсаты байқалады; жазда-жағажайлық туризм, «жасыл» туризм, спорттың жазғы түрлері және тағы басқалар; қыста – қысқы спорт түрлері, мұз асты балық аулау, қысқы аң аулау және тағы басқалар.

Туристік ағымдардың маусымдылық көрсеткішін өткізілген әлеуметтік зерттеулер бойынша: қысқы мезгілге -25%, көктемгі мезгілге – 25%, ал жаз мезгіліне – 50%.

Факторларды жіктеу

Туризмнің дамуына әсер етуші негізгі факторларды , мамандар төмендегідей топтарға бөледі:

- Тұрақты және динамикалық факторлар;
- Сыртқы және ішкі факторлар;
- Экстенсивті және интенсивті факторлар;
- Жағымды және жағымсыз факторлар.

Тұрақты факторлар өз көрсеткішінің өзгермеуімен ерекшеленеді. Адам оны тек қана турист қажеттілігіне икемдейді, өз қажеттіліген пайдалануына мүмкіндік жасайды. Бұл топқа табиғи-климаттық, географиялық, мәдени-тарихи факторлар кіреді.

Динамикалық факторлар – уақыт өзгеруімен және кеңістікте өзгеруіне байланысты факторлар. Оған саяси, әлеуметтік-экономикалық, демографиялық, материалдық-техникалық, институционалды факторлар.

Сыртқы факторлар – туризмге тікелей әсер етпейтін факторлар. Олар туризмнің дамуына, көліктік инфрақұралымның жағдайы мен дамуына, саудасаттық, саяхаттың қауіпсіздігін қамтамасыз етуіне саяси, әлеуметтік-экономикалық, демографиялық жағдайларды есепке алады. Бұл топтың факторларына нарықтық конъюктураның өзгеруі де жатады: нарықта өз ұсыныстарымен тұрақтылықты бұзатын бәсекелестердің пайда болуы, тасымал

тарифтерінің, жалға алу төлемақыларының өзгеруі, сонымен қатар серіктестер арасындағы келісім шарт міндеттемелерінің өзгеруі жатады.

Ішкі факторлар – туризм сферасына тікелей әсер етуші факторлар: ұсыныс пен сұраныстың арақатынасы, нарықта жаңа туристік сегменттердің пайда болуы, туристік бизнестің дамуы, туризмдегі материалдық-техникалық, технологиялық, институционалдық факторлардың байланысының өсуі жатады.

Экстенсивті факторларға: жұмысшылардың санының өсуі, тартылатын шаруашылық материалдық ресурстарының санан ұлғайту, жаңа туристік объектілердің сандық өсуін анықтайды. Жаңа қорықтарың пайда болуы – экологиялық туризмнің дамуында экстенсивті фактор болып табылады. Инвестициялық белсенділік - туризмге тартылатын инвестиция ағымын қамтамасыз ететін экстенсивті фактор. Жаңа қонақ үй құрылысы туризмдегі материалдық-техникалық базаны бекітетін экстенсивті фактор.

Туризмдегі көлік

Әуе тасмалы. Әуе тасмалы өзге транспорттық тасмалға қарағанда өзінің жылдамдылығы немен ерекшеленеді, яғни жолға аз уақыт, ал демалуға көб уақыт кетеді. Тарифтардың жоғары болуына қарамастан, авия тасмалы даму үстінде.

Әуе тасымалы- турпакеттің ең басты құрамы болып есептеледі. Соның ішінде, ұшу туроператорлер назарында есептеледі.

Қазақстанның ұлттық авиатасымалдаушы және ірі авиакомпаниясы «Эйрастана». Базалық аэропорттары: Алматы, Астана қалаларында орналасқан. Ұшақ паркінде: Аэробус А320, Аэробус А321, Боинг 757-200, Боинг 768-300, Фоккер 50 ұшағы бар. Ішкі авиарейстер: Ақтау, Ақтөбе, Алматы, Астана, Атырау, Жамбыл, Жезқазған, Қарағанды, Қостанай, Қызылорда, Павлодар, Петропавл, Семей, Орал, Өскемен, Шымкент қалаларына қатынас жасалынады. ТМД елдеріне авиарейстер: Мәскеу. Халықаралық авиарейстер: Амстердам, Бангкок, Дели, Дубай, Ганновер, Лондон, Пекин, Сеул, Стамбул, Франкфурт-на-Майне болып табылады. Бұл компаниядан басқа «Саяхат» авиациялық компаниясы» АҚ, «Оңтүстік авиакомпаниясы» АҚ, Berkut Air (Бүркіт Эйр), «DETA AIR» жүк тасмалдаушы АҚ, "Starline.kz" АҚ, «Евро-Азия Эйр» Авиакомпаниясы АҚ, «Атырау Әуе Жолы» Авиакомпаниясы ААҚ, «Жезқазған-Эйр» Авиакомпаниясы АҚ, «Тулпар Авиа Сервис» Авиакомпаниясы, «Көкшетау» Авиакомпаниясы» АҚ, «Семейавиа» ААҚ, "Жетісу" Авиакомпаниясы" ААҚ, «Аэротранс» Авиакомпаниясы» ЖАҚ, «SCAT» Авиакомпаниясы АҚ.

Көлік саласындағы басты міндет көлік инфрақұрылымы дамыту факторын шектейтін жағдайларды болдырмау мақсатында елдің жедел экономикалық дамуына сәйкес жүктер мен жолаушылар ағынын кеңейту мен жетілдіруді қамтамасыз ету болып табылады. Елдің көлік әлеуетін барынша дамыту басқа да маңызды міндет болып есептеледі.

Республиканың әуе кеңістігі арқылы бағыттардың трансазия жүйесімен әуе трассаларының желісі өтеді. Республика арқылы өтетін транзиттік ағындардың

негізгі бағыттары Еуропадан Оңтүстік-Шығыс Азия елдеріне өтетін ағын болып табылады. Қазақстанның әуе кеңістігін пайдалануға деген сұраныс әуе қозғалысын басқарудың техникалық құралдарын, навигацияны және байланысты жетілдіруді қажет етеді.

Чартерлік тасымал. Тасмалдың ұйымдастыруда чартерлік рейстер ерекше орын алады. Мұндай рейстер әуе тасмалында жиі қолданылады. ЮНВТО (unwto) ақпараттары бойынша, жекелеген аймақтарда тасымалдардың 50-60 % әуе тасымалына келеді және олардың басым бөлігі чартерлік рейстер үлесіне тиеді.

Чартерлік тасымал – толықтай немесе жартылай сақтандырылған көлік тасымалы. Туризм саласында чартерлік рейстер инклюзив –турлардың арзандауы үшін қолданылады. Осы басымдылықтар туристік нарықта чартерлік рейстердің бегілі бір маршруттармен тасымалдау түрінің көбеюіне әкелді. Туркия, Хорватия, Грекия, Кипр, Египет бағыттары бойынша чартерлік рейстер ерекше белсенді дамып келеді. Батыс Еуропа мемлекеттерінің арасындағы чартерлік рейстер ең ірі тасымал нарығы болып есептеледі. Қазіргі кезде туризмде чартерлік тасымалдаудың төмендегідей жіктелуі қолданылады.

Ұйымдастыру әдісі бойынша:

- жабық чартер – ұйымның өз корпоративтік қажеттілігі үшін тапсырысын орындайға арналған коммерциялық тасымал.
- Энфинити-чартер – ассоциация немесе клуб мүшелеріне арналған жартылайкоммерциялық, жартылай жабық тасымал. Мұндай чартерлік тасымал үшін келісім шарт тікелей немесе туристік фирмалар арқылы жүзеге асырылады.
- Инклюзив-тур-чартер – коммерциялық туристік тасымал, мұның құнына барып-келу ақысы және барған елдегі қызмет көрсету ақысы кіреді.
- Блок-чартер – әуе кемесінің бір бөлігін (30-40 кресло, орын) сатып алу. Бұл тұрақты рейстерде де болуы мүмкін, ал бір орынның бағасы минималды тарифтен төмен болып келеді. Бағасы және блок көлемі жеке –дара келісіледі.
- Барлық бағытты қамтитын коммерциялық чартер - энфинити чартерлік рейсінен айырмашылығы, мұндағы билеттер, белгілі бір ұйымға қатысы болмаса да, барлық тұлғаларға сатылады.
- Прорейттілік чартер (сидит-чартер) – кезеңдерден тұратын тасымал түрі: IATA талаптарына сәйкес рейстік ұшақтарда орындалып, одан кейін блок-чартер немесе инклюзив-чартер түрінде тұрақты емес тасымал түрі.
- Сплит-чартер – әртүрлі бағыттағы маршруттардағы жолаушылар тобының жиынтығы.

Ұшақтарды пайдалануына байланысты:

- Бір реттік чартер – 1 реттік барып-келу тасымалы;
- Тайм-чартер – белгілі бір мерзімге ұшақты жалға алу;
- Чартерлік тізбек – сауда-саттық үшін ұшақты алу.

Чартерлік тасымалға бір немесе бірнеше туристік фирмалар тапсырыс беруші ретінде келісуі мүмкін. Бірнеше компанияның атынан тапсырыс беретін тұлға – консолидатор деп аталады.

Транспорттық жүйені модернизациялау. Қазақстанның ғажайып географиялық және геосаяси жағдайы батыс пен шығысты біріктіріп тұрған маңызды темір жол, автомобиль, су магистральдарын байланыстырып жатқан транспорттық тораптарды дамытуға мүмкіндігі жоғары.

Қазақстанның аумағы арқылы транзиттік тасымалдауларды дамытудың басты артықшылығы - бұл арақашықтықты айтарлықтай қысқарту. Тасымалдаудың ең жақсы жағдайларында теңіз жолымен жүктерді жеткізу мерзімі Берлиннен қытай порты Ляньюнгаға дейін 20 күнді құрайды, ал темір жол бұл уақытты 11 тәулікке дейін қысқартады, яғни тасымалдау уақытын екі есеге азайтады.

Экономикалық процестердің ғаламдануы барлық мемлекеттердің, субъектілердің әлемдік көлік коммуникацияларына қол жеткізуін қамтамасыз ету, ел арасындағы өзара тиімді сауда үшін халықаралық көлік дәліздерін ұйымдастыру қажеттігін негіздейді. Қазақстанның тасымалдың қалыптасқан әрі түзілген жүйесіне өзіндік орны бар буын ретінде кіруі айрықша маңызды.

Қазақстан арқылы өтетін халықаралық көлік дәліздері желісін дамытудың қазіргі тұжырымдамасы үш басым бағытқа негізделеді:

Ресей, Еуропа және Балтық елдері; Қытай, Жапония және Оңтүстік-Шығыс Азия елдері;

Орта Азия және Кавказ, Иран және Түркия республикалары.

Әрбір аталған бағыттың жер үсті және су магистралі кешенін қамтитын қалыптасқан халықаралық көлік дәліздері бар. Олар қазіргі заманғы техникамен жарақталған және халықаралық транзиттік тасымалдаулардың шоғырлануына арналған.

Қазақстанның аумағы арқылы 6 темір жол, 6 автомобиль және 72 әуе дәліздері өтеді. Елді Тынық мұхит жағалауынан бастау алып, Еуропаның түкпіріне кететін Транс-Азия-Еуропалық талшықты-оптикалық желілер байланысы кесіп өтеді. Оңтүстіктен солтүстікке бағытталған цифрлық магистраль оны Транссібір оптикалық желілеріне қосып отыр.

Елдің көлік-коммуникация жүйесіндегі ерекше орын алатын халықаралық көлік дәліздерінде орналасқан екі торабы: елдің шығысындағы - "Достық" темір жол өткелі мен батысындағы - "Ақтау" теңіз сауда порты.

Көлік кешенін дамытудың мақсаты сыртқы рынокқа отандық экспорттық тауарларды тиімді жеткізу мен оны пайдаланушыларға кең ауқымдағы көлік қызметтерін жиынтығын көрсету.

Саланы дамытудың басым бағыттары тиімді әрі технологиялық жаңартылған көлік кешенін құру, транзиттік әлеуетті іске асыру болып табылады.

2015 жылға дейінгі кезеңде көлік жүйесін елдің қажетіне сай келетін жағдайға келтіру жөнінде жұмыс жалғастырылуы тиіс. Ол өзіне:

- жаңа темір жол желілерінің құрылысын қоса алғанда, темір жол тораптарының конфигурациясын жетілдіруді, жылжымалы құрамның өндірісіне және жөндеуге арналған өнеркәсіп базасын дамытуды, темір жол тарифтік жүйесін жетілдіруді;

-мұнай мен газды тасымалдайтын жаңа экспорттық құбыр жолдары жобаларымен жұмысты, жұмыс істеп тұрған құбыр жүйесін кеңейтуді, пайдалануға беру 2010 жылдан кейінгі кезеңге жоспарланған жаңа магистральдық экспорттық мұнай жолдарын тартуды;
-автожолдар желісін салу, кеңейту және қайта жаңарту;
-бәсекелес ортаны ынталандыруды қоса алғанда, авиациялық тасымалдауларды және шетелдік инвестицияларды белсенді тартуды; шетелдік мемлекеттермен көліктік ынтымақтастық туралы келісімдер жасасуды қоса алғанда, көліктік тасымалдауларды тарту және халықаралық көлік дәліздерін; мультимодальды көлік жүйелерін;

- Каспий теңізіндегі теңіз көлігі мен өзен көлігін дамытуды қамтиды. **Темір жол көлігі.** Темір жолының ұлттық желісі елдің барлық аумағын дерлік қамти отырып, дамыту мен оңтайландыруды қажет етеді. Қазақстандағы "Достық" станциясы, Қытайдағы "Алашанькоу" станциясы сияқты Трансазия және Еуроазия магистральдарының өзекті буыны болып табылады. Осыны ескере отырып, Қазақстан оны қайта жаңартуға және дамытуға үлкен мән беріп отыр. Таяудағы жылдары станциялардың қуатын ұлғайту жөніндегі кешенді шаралар өткізу жоспарланып отыр.

Республиканың автожол кешені Қазақстанның өңірлері арасындағы, сондай-ақ мемлекетаралық қатынастардағы түрлі көлік түрлері мен тауар қозғалысы құралдары арасындағы байланыстырушы буын бола отырып, мемлекеттің өмір-тіршілігінде маңызды рөл атқарады.

Қазақстан Республикасы үшін жүктер мен жолаушылардың басым бөлігін тасымалдауда автомобиль жолдары үлкен маңызға ие. Сондықтан транзиттік жүктерді тарту мақсатында халықаралық жүктерді және жолаушыларды тасымалдауды ұйымдастыруда жаңа технологияларды енгізу, халықаралық автомобиль дәліздерінің сервистік инфрақұрылымын дамыту және жол қатынастары желісін жетілдіру қажет.

Су көлігінде Ақтау порты маңызды құрылымдық элемент болып табылады. Ол қазіргі заманғы жаңартылған мынадай инфрақұрылымға ие: темір жолдар, авто жолдар, жер асты коммуникациялары, айлақтық және мобильдік крандар және басқалары. Басқа жобаларды іске асыру кешенінде Ақтау портын дамыту, оның ішінде арнайы экономикалық аймақ - Қазақстан арқылы өтетін транзитті дамытудың перспективалы бағыттарының бірі. ЖҮк ағыны өсуінің арқасында портты табысты дамыту, инвестициялар тартуда ынталандыру қызметін атқарады. Теңізде тасымалдауды дамыту үшін "Қазтеңізтрансфлот" теңіз кеме жолы ұлттық компаниясы (ҰТЖК) құрылды, сол арқылы Қазақстанда өзінің теңіз сауда флотын құрудың негізі қаланады.

Орналастыру құралдары

Орналастыру құралдары – туристік саяхат барысында орналастыру қызметін көрсететін объектілер. ДТҰ (UNWTO) сарапшыларының жасаған «Туристерді орналастыру құралдарының стандарттық классификациясына» сәйкес орналастыру құралдарын 2 категорияға бөледі: топтық және жеке дара.

Топтық орналастыру құралдары ретінде «тұрақты немесе кейде туристердің түнеуіне арналған, белгілі бір минимумнан асып түсетін, орналастыру бөлмелері бар, кез-келген объект». Бұл әрбір елде түрліше белгіленеді. (мысалы, Ресейде-10 нөмір, Италияда – 7 нөмір).

Жеке дара орналастыру құралдарына: 1) жеке тұрғын үйі- пәтерлер, виллалар; 2) жеке тұлғалар немесе агенствалардан жалға алынатын бөлмелер және басқа орналастыру орындары; 3) туысқандар мен таныстарға тегін берілетін жерлер тиісті.

Туристердің қызмет көрсету деңгейін есепке ала отырып, әрбір топтағы орналастыру орындары класстарға бөленеді: «люкс-апартамен», «люкс», «бірінші класс», «туристік класс».

Туристік сұраныс немесе туристердің талабына сәйкес материалдық-техникалық базаның дамуы, орналастыру орындарының саны белгіленеді.

Шет ел туристерінің орналастыру орындарына деген қалауы

| Елдер | Қонақ үй | Достар | Жеке меншік тұрғын үй | Кемпинг | Басқалары |
|------------|----------|--------|-----------------------|---------|-----------|
| Германия | 57 % | 18 % | 13 % | 7 % | 5 % |
| АҚШ | 62 % | - | 32 % | - | 6 % |
| Жапония | 88 % | 6 % | 3 % | - | 3 % |
| Корея | 61 % | 23 % | 6 % | 3 % | 7 % |
| Нидерланды | 38 % | 15 % | 23 % | 20 % | 4 % |

Американдық, жапондық, корей туристері орналастыру орындарының ішінен «люкс» класын, ал қалған бөлігі бірінші класты таңдайды. Жоғарыда келтірілген мәліметтер бойынша туризмде, негізгі орналастыру орны ретінде қонақ үйлер таңдалады.

Қонақ үйлер.

Қонақ үй шаруашылығының дамуы туралы жалпы түсінік

Қазіргі таңда туризм мемлекеттің экономикалық дамуына, жеке адамдардың қажеттілігін өтеудегі сонымен қатар мемлекеттің арасындағы әлеуметтік қатынастарды байытуда өте маңызды рөл атқарады. Туризм индустриясы көптеген мемлекеттердің экономикасында негізгі орындардың бірін алады. Оның қазіргі таңдағы дамуы, нарық заманына қажетті жұмыс орнының пайда болуына үлкен ықпалын тигізуде.

XX ғасырда туризм мәні, жоғары деңгейдегі әлеуметтік құбылысқа айналады. Кейбір мемлекеттерде тұрғындардың туризм қызметіне жұмсайтын шығындағы күнделікті азық-түлік пен тұрғын үйге жұмсалатын шығындардан кейін үшінші орында тұр.

Егеменді Қазақстанның экономикасы үшін туризм қызметі маңызды орын алады. “Қазақстанда туризмді дамыту” бағдары бойынша мемлекетіміз үшін тиімді, әрі әлемдік бәсекелестікке жарайтын туризм қызметін аяғынан тұрғызу.

Бағдарды іске асырудың негізгі міндеттеріне: нормативті-құқықтық базаларды жасау, қазіргі жағдайға сай отандық туризм нарығын құру, туристік мекемелердің қызметкерлерін мамандандырып нарыққа бейімдеу, ішкі және

сыртқы туризм түрлерінің дамуына жағдай жасау, туризм саласында халықаралық қатынастарды дамыту, сол сияқты әр сала бойынша мамандарды дайындау туралы кешенді сұрақтарды шешумен қатар, тағы сол сияқты мәселелерді қамтиды.

Ішкі және сыртқы туризм саласында қонақ үй сервисі туризмдегі қызмет көрсететін әлемдік бизнесі жүйесімен бәсекелес. Қазақстандағы туризм дамуының болашағын айқындайтын шешуші факторлардың бірі. Қонақүй қызметін көрсету аясындағы туризмнің қызметі әлеуметтік мәдени қызметке жатады. Ол қазіргі уақыттағы қонақжайлылық принципіне негізделіп құрылған сауықтан оның ішкі туризмнің дамуына әсері мол. Сонымен қатар туристік қонақүй сервис жүйесінде кадрлар дайындау мәселесін шешуді талап етеді.

Қонақтарды орналастыру туризмнің негізгі элементтерінің бірі. Қонақ үй индустриясы – қонақжайлылықтың негізі болып табылады.

Ол ертеден келе жатқан адамзат тарихындағы қонақты күту, қабылдау мен қызмет көрсету салтанаты сияқты қалыптасқан тұрмыс – салт мәселелерінен бастау алады.

Қонақтарды орналастыру жүйесі мен үй жабдықтары негізінен, сервисті әр-түрлі уақытша келушілерді қабылдауға және қондыруға арналған әр-түрлі денгейдегі (бастырмадан бастап, зәулім қонақ үйлер) әр-түрлі типтегі үйлер. Қазіргі таңда қонақ күту индустриясы - қуатты аймақтық шаруашылық жүйесі немесе туризм экономикасының маңызды құрамдас бөлігі болып табылатын туристік орталық ретінде қызмет жасайды.

Қонақ күту индустриясының жүйелігіне: ұжымдық түрде немесе жеке адамдарды қабылдайтын отельдер, қонақ үй типтес мотелдер, жастар тұратын жатақханалар, апартаменттер, туристік жатын орындар, сол сияқты туристерді орналастыруға қатысатын жеке секторлар болып табылады.

Қонақ үйдің қалыптасу тарихы, типтері, түрлері. Халықаралық туризм – бұл әлемдік және ішкі нарықтың (стимулятор) сараптаушысы және кезкелген мемлекеттің қазынасына пайда түсіретін басты сала.

Бүкіл әлем бойынша көптеген дамыған және дамушы мемлекеттер туризмнің дамуы үшін, туристік рекреациялық көптген мүмкіндіктерге ие болуда. Бірақ кейбір мемлекеттерде туризмнің потенциалды көрсеткіші экономикалық ресурстарға байланысты төмен. Себебі бұл мемлекеттердегі туристік индустрияның салалары халық аралық стандарттарға сай емес. Осы себептердің бірі, біздің қонақүйлер әлемдік стандарттарға сай дәрежеде туристерді қабылдай алмауда, басты мәселе қонақүй орындарының аздығында. Қонақүйлердің жағдайы жоғары дәрежелі моральды және жеке көзқарастар бойынша дамушы мемлекеттерде қонақүй бөлімдерінің жағдайының төмендігі көрсетіледі, бұл қызмет түрінің шектеулігі, тозған ескі техникамен сипатталады.

Дамушы мемлекеттерде осындай жетілмеген бұл туризм саласын дамыту үшін, қазіргі қонақүй нарығын зерттеу, қонақүйдегі қонақүйдегі қызмет түрлерін арттыру, басқа дамыған мемлекеттермен өз жағдайымызды салыстыру қажет болып отыр.

Қонақүй саласын дамытуда айтарлықтай жетістіктерге жету үшін, осы салада қызмет ететін кадрлардың білім сапасын, қызмет түрін арттыру керек. Сонымен қатар саладағы қызметшілердің жұмыс бағдарлары нақты болғаны жөн. Қонақүй қызметінің сферасы – бұл адамдар арасындағы қарым-қатынас, нақты алушы мен сатушы арасындағы байланыс. Яғни қызмет көрсетушілердің күш жігері демалушыларға арналып, қонақтардың ойын жаулап алу мақсатында ауқымды дәрежеде қызмет көрсету. Туризм саласындағы қызметкерлердің нақты жұмыс барысы, жұмыс уақыты, демалыс уақытты тура белгіленсе онда бұл салада үлкен жетістіктер, атақ абыройға ие бола алады. Аз ғана уақытқа болса да туристер үшін қонақүй – ақылы өз үйі. Ал үй ішінде адам өзін жақсы сезіну, көтеріңкі көңілде болу, оны арқашан көтеріңкі көңілмен күтіп алатындығына, оның барлық сұраныс түрлерін қанағаттандыратындығына сенімді болуы шарт. Осындай жолмен ғана қонақүйлерді туристердің екінші үйі ретінде, осы үйге қайта- қайта келу тілегін тудыру керек. Қонақүйлердің негізгі мақсаты – туристер үшін сапалы қызмет көрсету, оларға барлық жағдайды жасау арқылы қонақүй өзінің деңгейін әлемдік дәрежеде көтере алады.

Әлемдік қонақ үй индустриясының негізгі кезеңдерін қарастырсақ, саяхатта жүрген адамдарға қызмет көрсету алғашқы қонақ үйлер (Керуен сарайлар) көне шығыс елдерінде кең таралған.

Ежелгі Греция, Ертетегі Рим кезеңінен бастап әртістерге, кубелерге, саяхатшыларға арналған ертедегі қонақ үй түрлері: хаинны, инны, пошта бекеттері т.б. болып саналған. Жоғарыдағы қонақ үйлер қазіргі қонақ үй функцияларына ұқсас қызмет түрлерін көрсеткен.

Сол замандағы негізгі көлік ретінде аттарды пайдалану, ат қоршаулары мен тұрақтар болуымен қатар адамдар тынығуға арналған, ас ішетін бөлмелерден тұрған. Ал Орта ғасырларда саяхатшыларға арналған бұл кешендерге әжептәуір өзгерістер енгізілген. Қосымша театр сахналары пайда болған. Қонақ үй иелері өз жанұясымен, құлдары мен қызметшілері келген қонақтарға қызмет көрсеткен. Олардың қызмет көрсету деңгейі жоғарғы сапалы көлемді қызмет көрсетумен ерекшелінген.

Қонақ үй индустриясының даму тарихы әлемдік адамзат өркениетінің даму тарихы мен түспа түс келеді.

Европа, Азия дүние бөліктеріндегі ірі империалардың құлауы. Жібек жолы бойындағы қалалардың күйреуі, соғыс әрекеттері, қонақ үй кәсіпшілігіне тоқырау алып келсе.

XVII-XIX ғасырлардағы революция, су жолының дамуы дүниежүзілік қонақ үй шаруашылығының қалыптасуына өзіндік үлесін тигізді. XX ғасырдағы қонақ үй индустриясының ерте кезден бастап 20 ғасырдың соңына дейінгі даму этаптарының негізгі сипаты төмендегідей.

Б. Э. дейінгі II—I мыңжылдық аралығында Ассирия кезінде керуен сарайлар мен алғашқы адамдар демалатын үйлердің саяхатшыларға уақытша тұруына арналып салына басталды. Осы уақытта Шығыс елдерінде, көне Грецияда, Крит аралдарында да керуен сарайлардың ашылғандығы белгілі. Б. Э. дейінгі I мыңжылдықтың Ежелгі Грек жерінде қонақ үйлердің үш типі қалыптасқан;

жекеменшік аулалар (кататоталар), мемлекет құзырындағы аулалар (пандокен), ұйықтайтын белмелері бар таверналар (тамақ ілетін орындар).

Б.Э. дейінгі VI-ғасырдағы — б. эрамыздың I-ғасырында Ежелгі Рим территориясында жол бойында көне қалаларда көптеген жатын үйлер мен таверналар салынған. Оларды пайдаланушылар саяхатшылармен қатар, мемлекеттік шенеуіктер, саудагерлер, кезбелер, т.б. болып Рим империясындағы пошта байланысының қалыптасуына байланысты мемлекеттік заңға байланысты 70-100 шақырым ат шабыс аралықбекеттерінің ашылуы таверна, қонақ үйлердің дамуына себеп болды. Рим империясының күйреуі заманында жоғарыдағы пайда болған кешендер бұзылып қирауға ұшырады.

Орта ғасыр (V-VIII ғ.) заманында Европа мен Шығыс елдерінде сауда мен саяхаттың қайта жандануына орай орналастыру мен тамақтану қызмет көрсету саласы дамудың жаңа жолдарына бағытталды. Европалық монастырларда арнайы қонақжайлық орындар пайда болды. Бұл кешендердің бірінші қабатында ас ішетін орын және атқора, шаруашылық, қызметшілерге арналған бөлмелермен жабдықталса, ол жоғарғы қабатында жататын бөлмелер төбесі жабық арнайы театрлық көріністерге арналған орындар болған.

Қайта өрлеу заманында Европа дүние бөлігінде кәсіпкершіліктің дамуы, ат шегілген тарантас, көлік құрылысының пайда болуы қонақтар тоғтайтын аулалардың соңының кебеюіне септігін тигізді. Европа елдеріндегі мемлекеттердің экономикалық және саяси байланысының дамуы барысында қонақ үй шаруашылығы қарқынды дамуы байқалады. XVII-XVIII ғ. Америка континентіне Европалықтардың келуіне орай Европалық типтегі қонақ үйлер пайда бола бастады. Алғашқы 70 бөлмелі қонақ үй «Сити-Отель» Нью-Йорк қаласында 1794 ж. салынған. XVIII—XIX ғ. бас кезеңінде тек саяхатшыларға арналған орта және үлкен қонақүйлер пайда болды. Оның ең үлкені 170 бөлмелі «Тремонт» отелі 1829 ж. Бостон қаласында іргетасын көтерген.

XIX ғ. Европа мен Америкада өндірістік революция нәтижесінде көлік түрлерінің пайда болуы (пороход, паровоз) туризмнің дамуына үлкен ықпалын тигізді.

Нәтижесінде теңіз жағалауында, теміржол бойында қонақ үй құрылысы пайда болды. Қонақүй компаниялары, корпорациялары, синдикаттардың бизнесмендерге, комерсанттарға және көшіп келушілерге арналған қонақ үй қызметі ұсынады.

XX ғасырдың бас кезінде қонақ үй құрылысы, шаруашылығында жаңа идеялар, тұжырымдамалар, қонақ үй синдикаттары (Лондонда) қонақ үй иелерінің одағы (Париж) 1906 ж. құрылған қонақ үй иелерінің халықаралық қонақ үй одағы, дүние жүзінің 1700 қонақ үйлерінің басын біріктірген. Осы мезгілде Европа қонақүйлерінде керуендер, конференциялар, ойын сауық кештері ұйымдастырылған казино, ресторандар пайда болған XX ғ. 20 жылдарында Қонақ үй бизнесіндегі Конрад Хилтон үлесіне тоқталып өткен орынды.

1930 жылдардағы қонақ үй шаруашылығының «ұлы күйзеліс» өзіндік ықпалын тигізді. Екінші дүниежүзілік соғыс ыңпал өз алдында.

1950-1960 жылдары көлік тасымалдау түрлерінің өркендеуі, соғыстан кейінгі халықаралық қатынастардың тұрақталуы әлеуметтік экономикалық жағдайдың ретке келуі дүние жүзінде қонақ үй шаруашылығының қайта жандануына ықпалын тигізді.

Қонақ үйлердің жаңа типтерінің мотель, отель, кемпинг т.б. пайда болуы, курортты қалаларда қонақ үйлер салына бастады.

Әуежай, жолбойы қонақ үйлері олардың құрамында тамақтану, көңіл көтеру орындары қалыптасты. Адамдардың бос уақытта пайдалану мүмкіншіліктерінің артуына байланысты емдік сауықтыру курортты аймақтарда пайда болды.

ДТУ мәліметі бойынша 17 млн. адамдар тоқтай алатын қонақ үй жүйелері қалыптасқан. Солардың ішіндегі ең ірілері «Шератон», «Мариотт», «Рамада», «Редиссон» қонақ үй класстарына орай «Апартамент», «Кондоминиум» түрлері пайда болды.

XX ғасырдың 90-шы жылдарында экономикалық күйзелістерге байланысты қонақ үй шаруашылығының дамуының тежелгендігі көрінеді.

Отелдердің мамандарландыруы, супер және экзотикалық түрлерінің шыққанын байқаймыз. Қонақ шаруашылығын дамытудың жаңа тұжырымдамалары зор ізденіс бағыта жүргізілді. Шығыс Азия және Тынық Мұхит секторында қонақ үй шаруашылығы құрылысы жаңа технологияны пайдаланды.

Қонақ үй - қала мен ауыл қысқа мерзімге келген жолаушылардың уақытша тұруына, жолшыбай түнеуіне арналған жай. Қонақ үй отырықшы қалалы елдердің бәрінде ерте кезден болған. Әсіресе сауда жолы бойындағы базарлы қалаларда көп болды. Оны қазақтар керуен сарайлар, қонақ жай, мейрамхана деп атады. Ертеде саудамен, діни мақсатпен жолға шыққан жолаушылар үшін жеке адамдар керуен сарайлар ұстады. Керуен сарайларда тағам әзірлейтін, қонақтар түнейтін үйлер, жүк сақтайтын, көлік байлап жемдейтін қора-жайлар болды. Сарай иелері жолаушылардан мол төлем алып тұрды. Сонымен қонақ үй шаруашылығы ертеден пайда болғанына күмәніміз жоқ. Осындай мысалдармен бірге айта кететін бір жай бар. Бізге белгілі болғандай адам баласының бойында қыдыру, көру, сезу, тану сияқты үлкен жан сезімдер, алдына қойған мақсаттар арқылы саяхат жасау ниеті пайда болды. Біздің эрамызға дейін 4000 жыл бұрын Египет халқы Сүмерлер дөңгелекті ойлап тапты, сонымен біршама жолдарды өту кезінде уақыт ұтты. Сонымен қатар біздің эрамызға дейінгі 200-ші жылдары жолаушылар үшін хандықтар және таверналар пайда болды. Біздің эрамызға дейінгі 700-ші жылдары антик гректердің олимпияда ойындары спорт туризмінің дамуында тарихи жағдай болып есептелді.

Сауда қатынасын жандандырған Ұлы Жібек Жолы бойында бекеттер және тамақтану орындары қалыптасты. Америка континентінің халықтарының дүние жүзін аралау ниетінің әсерінен көптеген саяхаттар жасалды.

1841 жылы Англияның Лейчестер қаласының маңында болған ұлттық фестивалға Томас Кук 571 адамнан тұратын караванды әкелген деген

дәлелдер бар . Осыған байланысты Томас Кукты жаңа түсінікте туризмді ең бірінші бастаған тұлға деп санаймыз .

Капитализмнің дамуына байланысты үлкен қалаларда ондаған бөлмелі, үлкен асханалары, басқа тұрмыстық жайлары, автогараждары, мәжіліс, ойын-сауық залдары бар Қонақ үйлер салынды. 1970 жылы 5800- дей қонақ үй болды. 50- жылдардың аяғынан бастап көптеген дамыған мемлекеттерде қонақ үй архитектурасы бой көтерді . Мысалы; Москва қаласында 6000 орындық РОССИЯ қонақ үйі, Алматыда 550 орындық ҚАЗАҚСТАН, 800 орындық АЛМАТЫ , Минскіде 408 орындық ЮБИЛЕЙНАЯ, қонақ үйлері салынды және т.б

Әлемдік және Қазақстан қонақ үй шаруашылығының классификациясы және қызмет түрлері

Жоғарыда айтып кеткендей Ұлы Жібек жолын қонақ үй шаруашылығының даму ордасы деп тұжырдасақта болады деп есептеймін. Ұлы Жібек жолы кейбір мәліметтерге көз салсақ , 7-12 мың км деседі. Бірақ осы Ұлы Жібек жолының барлығын басып өткен саудагер жоқ екендігін айқындайды. Негізінде саудагерлер тездетіп өздерінің тауарларын айырбастап , сатуға икемденген. Әрине олар мұндай әрекеттерден пайда көріп отырған және уақыт ұтқан. Осы аталған ұлы жолымыз, әр-түрлі жолдар жүйесін құраған. Сонымен қатар Шығыс пен Батысты яғни әлемдік цивилизация Рим империясымен Хан империясын біріктірген. Мұндай жол қатынасы тек әлемдік цивилизация емес, сауда қатынасы, мәдени шаралардың жасалып даму жолында маңызы зор.

Кейінгі бірнеше мың жылдықта қонақ үй индустрия ретінде жедел даму қарқыны байқалуда. ДТҰ- ның бағдары бойынша 1980 жылдары қонақ үй саны және ондағы бөлме саны жағынан Европа (38,5 %) , ал Америка (33,5%) пайыз денгейінде өсу көрсеткішіне ие болған. Кейінгі 20-ғасырдың 10 жылдығында Орта Азияда қонақ үй санының көтерілу процесі байқалды. Сонымен бұрын 111,146 болса ол кейінгі санақ бойынша 171,462 – ге өскен. 2-ші орында Шығыс Азия және Тынық мұхиты регионы, онда санақ бойынша 3,5 млн қонақ үй ішіндегі бөлмелер саны, өсу пайызы 45,3 % . Осындай өсу нәтижесінде қонақ үй индустриясы үлкен қарқынмен дамып, көптеген дамыған және дамушы мемлекеттердің қорына млрд- таған доллар пайда әкелуде.

Қазіргі қонақ үй индустриясында әр- түрлі басқару формалары кездеседі. Оған ; жекеменшік, жалға алу, менеджмент, франшиза және консорциум. Бұған мысал ретінде ; ДТҰ - ның аналитикалық бақылаулары бойынша MARIOTT CHATEAU CHAMPLAIN қонақ үйі OCEAN PROPERTIES атты қонақ үйіне тиеселі.

Атақты MESSIER SAVARD, ATLANTIC GROUP – ке үстемдік етеді.

Кейінгі қонақ үй индустриясының пайда болуынан бастап, осы индустрия нарығында өзін белсенді танытқан HILTON GROUP қонақ үйлер жүйесі.

1919 жыл. Конрад Хилтон өзінің қонақ нарығына енуін Техастағы Mobley қонақ үйін сатып алудан бастады.

1925 жыл. Конрад Хилтонның Даллас қаласында ең алғаш Hilton атты ең 1-ші қонақ үйі ашылды.

1938 жыл. Хилтон өзінің бұл бизнес түріне деген қызығушылығын Техас қаласынан асырды, Сан-Францискодағы SIR FRANCIS DRAKI –ін сатып алды.

1942 жыл. Хилтон компаниясының орталық пәтері Лос- Анджелес қаласына өтті.

1943 жыл. Хилтон компаниясы Нью-Йорктағы 4-жұлдызды 2 қонақ үйді сатып алады.

1945 жыл. Хилтон АҚШ-та қонақ үйлер жүйесін құрайды.

1949 жыл. Пуерто-Рикодағы бірнеше қонақ үйлерді сатып алу арқылы Хилтон әлемдік нарыққа шыққандығын жариялайды.

1951 жыл. Еуропада алғашқы қонақ үйін ашады.

1954 жыл. Хилтон өмірінде алғаш рет үлкен сауда шартын жасайды.

Ол STATLER HOTEL компаниясын 111 млн долларға сатып алады.

1959 жыл. Хилтон әлемдік қонақ үй шаруашылығының пианері атанады, себебі ол аэропортқа құрамдас қонақ үй салады. Бұл қонақ үйдің атты SAN FRANCISCO AIRPORT HILTON HOTEL .

1960 жыл. Африка континентінде Nile Hilton қонақ үйінің құрлысын жүргізеді.

1963 жыл. Хилтонның 28- қабатты LONDON HILTON қонақ үйі Англиядағы ең биік ғимарат атанады.

1965 жыл. Конрад Хилтон қызына қонақ үй шаруашылығы бағытында Хилтон inn компаниясын ашып береді.

1969 жыл. Мәңгі жасыл континент Австралияда Хилтон қонақ үйі ашылады.

1970 жыл. Оңтүстік Америкада, Венесуелада Хилтон қонақ үйі ашылады.

1973 жыл. Хилтон қонақ үй жүйесінің маңында ойынханалар ашуға әуестігін бастайды.

1977 жыл. Хилтон өзінің қонақ үйлерінде қонақтар үшін арнайы информациялық сұрау жүйесін, яғни алыс қашықтықтан қонақ үйлерден орын бекітуге мүмкіндік туғызады.

1979 жыл. Конрад Хилтон 91 жасында өмірден кетеді. Оның орнына мұрагері Баррон орнына келеді.

1982 жыл. Conrad International Hotel қонақ үй жүйесі өмірге келеді.

1985 жыл. Chicago Hotel мен Towers қонақ үйіне қосымша жаңа құрлыс жүргізіледі, олар 1600 бөлмелі болады.

1987 жыл. Hilton International Hotel жүйесі өзінің арнайы қонақтарына баға түсіру жүйесін ойлап табады.

1991 жыл. Хилтон компаниясы қонақ үйлермен бірге демалыс курорттық зоналар ашуға қадам басады.

1994 жыл. Hilton International құрамындағы қонақ үйлердің барлығы әлемдегі ең бірінші автоматты қондырғылар орнатылған қонақ үйлер деп аталады.

1995 жыл. Алғашқы INTERNET сайттары пайда болады.

1996 жыл. Кредит карталар жүйесі пайда болады. Hilton Optima Cards.

1998 жыл. Hilton Groups Stasis компаниясының қорларын сатып алып, өзінің Англиядағы беделін 2- есе көтереді.

2000 жыл. 11 шілде айында Девид Майклс Hilton Group- тің президенті болып тағайындалады.

2003 жыл. Hilton Group әлемінің ең үздік тур операторларымен келісім жасасып, жаңадан курорттық агенттіктер және транс корпорациялар ашады.

Жалпы қонақ үй шаруашылығын туристік- нарықтан бөлек қарастыруға болмайды. Себебі біздің мемлекеттің туристік - нарық жүйесі аздап ақсауда. Соңғы мәліметтер бойынша біздің мемлекеттен шетелге шығушы туристер саны 45,8 % пайыз, ал келетін туристер саны 37,9 % пайыз. Қазіргі кезде дамыған және дамушы мемлекеттердің өзі бұл салаға қызуғышылық танытуда, себебі бұл индустрия саласы шетел валютасынның қайнар көзі болып табылады.

Алматы қаласы Евразиялық орталық ретінде статусы көтерілуде. Қалада көптеген саммиттер, халық аралық конференциялар, семинарлар, жоғары дәрежелі көрмелер өтіп тұрады. Осындай ғылыми прогрестер арқылы, біз өзімізге шетелдік компаниялардан партнерлар тауып отырмыз. Олардың сұранысы бойынша қонақ үйлердің барлық жабдықтары қазіргі заман талабына сай болуы қажет. Өкінішке орай біздің қалада ондай қонақ үйлер аз.

Біздің мемлекетке келетін туристердің көбісі іскерлік мақсатта келеді, олар әр-түрлі қоғам қабаттарынан құралған қауым. Келетін туристердің басым бөлігі The Regent Ankara және Rahat Palace қонақ үйлеріне келіп жайғасады. Қаламызға келген туристер бұл қонақ үйлерде бір орынды бөлмеге 290 доллар төлеуге даяр, бұл бізді қуандыратын жай. Қаламыздағы қонақ үйлердің жанында әлемдік қонақ үйлер талабына сай ойынхана, мейрамхана, авиакасса, түнгі клубтар, фитнес-орталықтар, конференц-залдар бар. Арнайы емес мәліметтер бойынша біздің қонақ үйлердің осындай қосалқы бөлімдері қонақ үйлердің негізгі пайда көзіне айналып отыр. Демек жергілікті туристердің, шетелдік туристерге қарағанда белсенді екендігіне көз жеткіздік.

Алматы қаласында қазіргі кезде 4- жұлдызды қонақ үйлер : Қазақстан (41-125 доллар) , Отырар (94 доллар) , Достық (125 – тен жоғары) , Ambassador (151 – ден жоғары) , және 11 3 жұлдызды қонақ үйлер ; Алматы, Пекин, қонақ үй-санатори Каргалинка, Каз – жол Алатау санатори құрамында және Astana International Hotels . Қаламызда қазіргі кезде 3- жұлдызды қонақ үйлердің жетіспеушілігі байқалуда . Себебі

олардың тәулік бойғы бағасы, бір орынды бөлмеге 50-70 доллар аралығында, мұнда тек сауда мақсатындағы қонақтар емес, сонымен қатар мемлекетімізді қызықтап келген қонақтар үшін әбден үнемді және ыңғайлы. Осындай қонақтар үшін арнайы төлем түсіру саясаты, бәсекелестік пайда болған жағдайда ғана біз бұл саланың қызығын көре аламыз.

1. Қонақ үй шаруашылығы.

А) Қонақтардың сұраныс түріне байланысты қонақ үйлер.

1) Қала қонақ үйлері.

2) Курортты қонақ үйлер.

3) Әуежайдағы қонақ үйлер.

4) Таудағы қонақ үйлер.

В) Жыл мерзіміне байланысты бөлінуі.

1) Жаздық қонақүйлер.

2) Қыстық қонақ үйлер.

3) Бүкіл жыл мерзіміне арналған қонақ үйлер.

С) Басқару формасына қарай қонақ үйлердің бөлінуі.

1) Мемлекеттік қонақ үйлер.

2) Жекеменшік қонақ үйлер

3) Жартылай жекеменшік қонақ үйлер.

Д) Қонақ үйлердің қызмет көрсету дәрежесіне сәйкес бөлінуі.

*- жұлдызды.

** - жұлдызды.

***- жұлдызды қонақ үйлер.

Е) Үлкендігіне қарай қонақ үйлердің бөлінуі.

1) Үлкен қонақ үйлер.

2) Орта қонақ үйлер.

3) Кіші қонақүйлер

2000 жылдары жекеменшілік, шағын әртүрлі типтегі қонақ үйлер қалыптасуы нарықтық жағдайда өтуде.

ТМД елдері көлеміндегі қонақ үйлердің даму, қалыптасу тарихы темендегідей. Ерте ғасырларда Ресей, Европалық бөліктегі ТМД елдерінде және Жібек жолы бойындағы қалаларда атпен серуендеушілердің, саудагерлердің, пошта т.б. мемлекеттік қызметкерлердің жол бойында тынығуға, тамақтануға ыңғайлы керуен сарайлардан басқа, пошта стансаларының салынуы, қонақ үй аулаларының трактирлер құрылысы пайда болып, 1818 ж. өзінде Мәскеу қаласында 7 қонақ үй жұмыс істеген. Оған дейінгі кезеңде көрші мемлекеттерден келген шет елдерін қонақтарға арналған арнайы демалатын, тамақтанатын орындар болған.

Олар «армяндық», «ағылшындық», «гректік», «голандық» т.б. болып аталған. Құрылымында шағын сауда сөрелері, кішігірім дүкендер, зат сақтайтын қоймалар т.б. қызмет көрсетуге арналған нысандар болған. Калуга қаласында көненің көзі ретінде қазірге дейін сақталып туристік экскурсиялық нысан Қазақстан қонажайлығының қалыптасуының көне тамыры тереңде жатыр. Оның, пайда болуы алғашқы қоныстардың, келік жолдарының және сауда

катынастарының дамуымен байланысты. Алғашқы қонақ үйге ұқсас ғимараттардың, ашылуын біздің эрамыздың алғашқы ғасырларына катыстыруға болады. Ұлы Жібек Жолы бойындағы аймақтардың зерттелуінен біз көне көпестермен саяхатшылардың үлкен керуендермен түйелер арқылы қатынайтынын білдік. Олар керуен жолының бойындағы қалалардан немесе елді-мекендерден шатыр құрып түнейтін болған. Бірақ кейде олар ерте қонақ үй келені болып табылатын — керуен-сарайларда тоқтаған екен. Керуен-сарайлар керуеннің тұрғылықты және сату ауласы болып табылса керек. Сол ғасырларда қолайлы қызмет көрсету ұғымы Азияда Европаға қарағанда әлдеқайда ілгері болғанымен де, шығыстағы керуен-сарайлар ақша табу мақсатында емес, саяхатшының демалысы мен саудасын дамыту мақсатында салынған екен. Бірақ 13-ші ғасырдың басы болашақ Алматымен жалпы Жетісу аймағына қай салада болсын үлкен төңкеріс әкелді. Моңғол шапқыншылығы елдің экономикасына ғана емес, қала мәдениетіне де кері ықпалын тигізді. Ұлы Жібек Жолы маңындағы қалалардың күйеруі сауда және керуен жолдарының әлсіреуіне әкелсе, ол өз алдына сол кезеңдегі енді өркендеп келе жатқан керуен-сарайларының еріксіз өз жұмысын тоқтатуына әкеп соқты. Алайда саудамен келік жолдарының қайта өркендеп дамуы Ақсақ Темірдің билей кезекінде басталады. Соғыс қимылдары алаңының өркендеуіне байланысты елдер жаңа жолдар салып, жаңа қалалардың ашылуы халықаралық қатынасты дамыта түсті. Мұны өзі жаңа қонақ жайларын ашуды міндеттеді. Тарихтың келесі парағы XV ғасырдың аяғымен XVI ғасырдың басын ашады.

Қазақ хандығының құрылуы қонақ үй шаруашылығына еш кері әсерін тигізбей, бірқалыпты дамуды байкатады. Қонақ үй кешендері дамуының одан арғы тарихы Қазақстанның Ресейге қосылу кезеңі болып табылады. XIX ғасырдың алғашқы жартысының соңына қарай Қазақстан толығымен Ресей империясының қол астына енген кезде соғыс қорғаныстарын, жаңа жолмен қалалардың салынуы қонақ үй шаруашылығының одан ары қарайғы дамуын талап етті. Сол жылдардағы қонақ үйлердің мысалы ретінде пикеттерді, қонақ үй палаткаларымен шатырларды айтуға болады. Осылайша қарқынды дамыған Қазақстан қонақ үй шаруашылығы 1903 ж. Алматы қаласында алғашқы «Европа» қонақ үйінің салынуына әкеп соқты. Осыншама тарихты артқа тастаған Қазақстанда қазір 160-қа жуық қонақ үй жұмыс істесе, оның басым көпшілігі Астанада, Алматыда, Қарағандыда, Шығыс Қазақстан және Оңтүстік Қазақстан облыстары аумағында орналасқан.

Қонақ үй шаруашылығын туристік шаруашылықтан бөліп қарауға болмайды. Ал соңғысымен біздің елдің жағдайы тамаша емес. Әрине сыртқы туризм бізде біршама жақсы дамыған: қазақстандықтар шетелде демалуды әдетке айналдырған — 45,8 %, ішкі туризм — 37,9 % көрсетсе, туристердің Қазақстанға келу көрсеткені небәрі 16,3 %-ке ғана жетеді. Мемлекет осылардың соңғысына мұқтаж, себебі оның арқасында елге валютаның кеп келуімен өндіріс салаларының қарқынды дамуы басталады.

Қазақстанға туристерді келтіру үшін бірқатар жұмыстар атқарып, оның ішінде қонақ үй инфрақұрылымын қолға алу керек. Еліміз дамудың нарықтық жолына түскендіктен Қазақстан көптеген шетелдік әріптестерімен жұмыс

жасап, әр қаладағы біріккен өнеркәсіптермен және шетел өкілеттіліктерімен қатар әр қаланың қонақ үй өмірі біршама тірілді. Жаңа қонақ үйлер пайда болып, ескілері жаңартылып жатыр.

Алматының Евразия орталығы ретіндегі деңгейі өсуде, сонымен қатар қалада көптеген саммиттер, халықаралық конференциялар, семинарлар, көрмелер, яғни конгресті және іскер туризмді дамытуға әерін тигізетін бірнеше отырыстар өткізіледі. Конгресті туризмнің де өз маусымдылығы бар, ол көктем-күз айларына келеді. Қысқы, әсіресе жазғы кезде бизнес-туризмдердің жұмыс белсенділігі төмендейді. Сонымен қатар Қазақстанға іскерлік мақсатпен келетін туристердің арасындағы түрлі деңгейі қонақтар бар. Бірақ іскер адамдармен бизнес-туристердің қонақ үймен отельдерге деген нақты талаптары бар — ол сервистің тиісті деңгейін қамтамасыз ететін қазіргі заманға сай әрі комфортабельді орналастыру орындары болуы керек. Ал 5 жұлдызды қонақ үйге келетін болсақ, онда қонақ үй бизнесі мамандарының айтуынша, бір орынды нөмірге тәулігіне 290 \$ төлейтін туристердің арқасында Алматыдағы әлемдік құрылымдағы The Regent Ankara және Hyatt Regency қонақ үйлері Қазақстанға жетіп жатыр. Бірақ алғашқы бекітілген баға көп жағдайда қалыпты баға болып саналмайды да, нөмірлер түрлі жеңілдіктер бойынша да өткізілуі мүмкін. Ол жеңілдіктер, мысалы: корпоративті клиенттерге немесе отельмен біріге жұмыс жасайтын тур. операторларға берілуі мүмкін. Көрсетілетін жеңілдіктер орасан зор болуы да ықтимал: кейбір тур.фирмалар Алматының 5 жұлдызы қонақ үйінің, бір орынды нөмірін прайста көрсетілген бағадан 30 % түсіреді. Бірақ The The Regent Ankara немесе Hyatt Regency деңгейлес қонақ үйлерінің мейрамханалардың, түнгі клубтардың, казино, фитнес-орталықтарының, конференц-залдарының болуы салдарынан. Аталмыш орындар жергілікті компаниялардың презентация, семинар немесе пресс-конференцияларды ұйымдастыруында белсенді түрде жалға алынуда. Кейбір деректерге сүйенсек қонақ үйлердің негізгі жұмысы емес, осындай қосалқы қызметтері олардың нарық алаңында қалуын қамтамасыз етеді. Бірақ басқа да көзқарастың барлығын да мойындау керек. Мысалы «Отырар» қонақ үй кешенінің директоры Назигүл Шорманованың айтуынша қонақ үйдің негізгі кірісі оның басты жұмысынан ғана келеді. Ал ғимарат ішінде казино, түнгі клуб, мейрамхана, авиакасса және т.б. болуын тек туристердің ұсынысынан туындағанын айтып түсіндірді.

Бірақ «Отырардың» тек 4 жұлдызды қонақ үй екендігін ескерсек, оның жұмыс спецификасының да біраз өзгеше өтетіндігін түсінеміз. Қалай дегенмен де қосалқы қызметі бар қонақ үйлердің кірісі, ондай қызметсіз қонақ үйлерге қарағанда жоғары екендігін статистика көрсетіп отыр. Яғни қонақ үйдің қосымша қызмет көрсетуі биік сұранысқа ие. Айта кететін бір жәй: 5 жұлдызды қонақ үйде тұру кезінде жоғарыдағы қосымша қызметтер бағасы нөмір бағасымен бірігіп кетеді (бассейнге түсу, фитнес-орталығында, түнгі клубта болу, саунаға кіру т.б.).

Қонақ үйлердің қазіргі заманғы классификация жүйелігі

Қонақ үйлерді классификациялау оның ауқымдылығы мен туризм және саяхаттаудың кезекті көп түрлілігінің келісімділігімен туристерді орналастырумен айналысатын мамандардың үйлесімді іс әрекетіне қарай саяхаттың әртүрлі мақсатына адамдардың материалдық сипатына, ұлттық құрамына географиялық жағдайына және табиғат ерекшелігіне байланысты. Дегенмен классификациялауды бірнеше ортақ белгілері бойынша ұлттық тұрғыдан қарастыруға болады. Мысалы нарық жағдайына байланысты қызмет көрсету деңгейі алуан түрлі жекеменшік формасы басқару жүйелігіне, тәуелділік деңгейіне де байланысты.

Қазіргі қонақ үйлерді классификациялау жүйесі мемлекеттік немесе ұлттық қонақ үйлер ассоциациясының үлгісі бойынша және сертификациялық ережелерінің заңдастыру материалдық базасының сандық сипаты, сервистік жағдайға, қызмет көрсету сапасының жоғарғы деңгейде болуы шарт.

Қонақтарды қабылдау орнындағы жиһаз, жаңа технологияға қарай оның қандай қонақ үй түріне жататынын біле аламыз.

Қонақ үй құрамына кіретін арнайы орындар: туристер үшін жатаханалар, арнайы жыхазбен қамтамасыз етілген арнайы орындар бар. Бірақ олардың басқа қонақ үйлер салаларынан айырмашылығы, бөлек-бөлек жатын орындары жоқ. Жалпыға бір ұжымдық жатын орны және тұрғын орын бар. Туристерді жатын орынмен қамтамасыз етумен бірге, басқа да қызмет түрлері көрсетіледі. Мысал ретінде осы айтылған орындарға: курортты орындар, лагерлер жатады. Осындай орындарда туристерге жатын орнын тауып беру мақсат емес. Мұндағы ең басты мәселе, табиғи факторлар (климат, теңіз, минералды сулар) пайдалана отырып адам денсаулығын жақсарту, оларға рухани және материалды түрде әсер ету. Күнделікті және жұмыс орнынан бөлек өзге бір жағдай жасау. Сонымен қатар ем жасау, қонақтарды арнайы рецепт бойынша тамақтандыру, демалдыру сияқты қызмет түрлері көрсетіледі. Қонақ үй классификациясы әр елдерде әртүрлі категорияларға бөлініп отызға жуық атауға ие. Бірмекті классификацияға келуге көптеген себептер мүмкіндік бермейді. Оларға мемлекеттердің тарихы мәдени даму деңгейі, туристік қызмет көрсетудегі ұлттық дәстүрлер ерекшелігі және сапалы қызмет көрсетудегі бағалауы және сипаты әсер етеді.

1, 2, 3 қонақ үй шаруашылығының комфорттылығы, ассортименттері және қызмет көрсету бағасының әртүрлілігі.

Ассортименттері мен қызмет көрсетулердің бағасы бойынша, қонақ үй шаруашылығын бірнеше типтерге бөлуге болады (14):

- Арзан қонақ үйлер немесе қызмет көрсету сервистерімен шектелген (мотельдер, үнемдеу класына жататын қонақ үйлер және т.б.) — қызмет көрсетудің кейбір түрлері ғана ұсынылады. Кейде, кейбір қонақ үй шаруашылықтары, қызмет көрсету түрлерін кең көлемде ұсынады, бірақ орташа деңгейде.

- Орташа деңгейдегі қонақ үйлерді (курорттық қонақ үйлер, жекеменшік қонақ үйлер және т.б.) — кез-келген әлеуметтік деңгейі орташа туристер тобы тандай алады. Бұл жерде қызмет көрсету түрлері орташа.

- "Люкс" отельдер (толық қызмет көрсететін қонақ үй түрлері, жоғарғы класты қонақ үйлер және т.б.) — фешенебельді декормен, жоғарғы деңгейдегі жиһаздармен жабдықталған, қоғамдық бөлмелерімен қамтамасыз етілген, салондары жақсы жабдықталған. Жоғарғы деңгейдегі қонақ үй шаруашылығында, нөмірлердің салдарына (кейбір кездерде, олар бір-біріне сәйкес келеді) байланысты қызмет көрсетушілердің пайызы жоғары.

Люкс-отельдерде 100-ден 400-ге дейін нөмірлер бар. Қаланың ортасында орналасқан, жоғарғы деңгейдегі қызмет көрсетумен сипатталады, бағасы жоғары, туристтердің құрамында лауазымды адамдарға арналған, қымбат бөлмелері бар және қонақтардың тұрақтауы үшін элиттік деңгейдегі жағдай жасалынған, негізінен ірі мекемелердің жетекшілері, жоғарғы деңгейдегі кәсіби мамандар, конференцияға қатысушылар үшін арналған.

Курорттық қонақ үйлерде 100-ден 500-ге дейін нөмірлер болуы мүмкін, олар теңіздерге, мұхитқа, көлдерге, тауларға жақын орналасқан, қала маңында, қызмет көрсету түрлері ұсынылады, қалалық қонақ үйлерден қымбаттырақ. Саны жағынан, спорттық кешендер көбірек, қымбат мейрамханалары, банкет залдары, кездесулерге арналған жолдары және туристердің категориясына байланысты салынған.

Үнемдеу класына жататын қонақ үйлерде нөмірлік фондына немесе қорына байланысты 10-нан 150-ге дейін нөмірлер болуы мүмкін, қалаға жақын арада орналасқан, кішігірім қызмет көрсетушілер штаты бар, қазіргі заманға сай орташа баға ұсынылады, нөмірлері жақсы жиһазбен жабдықталған, бірақ тамақтандырусыз. Тұрғындары негізінен жұмыс бабымен келгендер және туристер.

Жоғарыда көрсетілгендерден басқа, әртүрлі елдерде қонақ үй шаруашылығының комфорттылығына байланысты комфорттылығына байланысты, әртүрлі классификация жүйелігі қолданылады. Солардың арасында кең тарағандары (6):

- Жұлдыздың жүйе. Жұлдыздық жүйе Францияда, Австрияда, Венгрияда, Мысырда, Қытайда, Ресейде және т.б. елдерге қолданылады.
- Әріптік жүйе. Грекияда қолданылады.
- "Тәжілік" жүйе. Ұлыбританияға тән.
- Разрядтық жүйе және т.б.

Комфорттылық деңгейі, тек қана қонақ үйлердің базасының тұрмыстық жағдайына байланысты ғана емес, сонымен қатар қонақ үйдің қызмет көрсетушілерінің жұмыс сапасына да байланысты болып келеді. Бүгінгі күнде 30-дан аса әртүрлі классификациялар бар. Дүниежүзіндегі қонақ үйлерге бірдей классификацияны енгізуге, мемлекеттердің тарихи-мәдени дамуына байланысты кейбір фактарлар әсерін тигізеді. Сонымен қатар, олардың ұлттық ерекшеліктеріне, қызмет көрсету сапасына және т.б. бағалау сапасына байланысты болып келеді. Төменде әртүрлі елдердегі берілген классификацияларының ерекшеліктері қарастырылады.

Жұлдыздык жүйе. Көбінесе кездесетін қонақ үйлердің классификациясы француз ұлттық классификациясы болып табылады. Барлық дерлік қонақ үйлер комфорттылығына байланысты категорияларға бөлініп, жұлдыздык жүйемен белгіленеді, әрбір "жұлдыздар" саны да бірқатар көбейеді.

Жұлдызды қонақ үйлердің сипаттамасы мынандай: 1 жұлдызды қонақ үйлер. Ғимараты ескі, 1-2 қабатты, бөлмелерінде терезелері ашылмайды, тек қана барлығына да ортақ коридор, бөлмелердің кіре беріс жері жоқ, поли ағаштан жасалған, холы және сервистік қызмет түрлері жоқ, душы мен дәретханасы бірге орналасқан (әрбір қабатында бір-бірден немесе сыртта), асханасы бөлек ғимаратта орналасқан, барлығына да ортақ. Бөлмелері жиһаздалмаған, 1-2 төсек орны бар, үлкен столы, орындықтары, айнасы, кондиционері, телефоны, тоңазытқышы, радиосы жоқ, электр жүйесі ортақ, төсек орын 12 күнде 1 рет ауыстырылады. Қонақ үй бойынша кезекшілік тек қана күндіз, күзеті жоқ.

2 жұлдызды қонақ үйлер. Ғимараты бетоннан немесе кірпіштен салынған. 1 -3 қабатты ғимарат. Терезелері ашылады, лоджиясы мен балконы жоқ, жалпы кішігірім холы бар. Холы телевизормен және жұмсақ жиһазбен жабдықталған, тек қана жүк тасуға арналған лифті бар. Бөлмелері кішігірім, жиһаздары стандартқа сай емес: төсек, қолдан жасалған гардероб, ванна бөлмесінде айнасы бар; душы дәретханасымен бірге орналасқан. Төсек орын келген мерзімнен бастап 2 рет ауыстырылады; ыстық елдердегі қонақ үйлерде кондиционері бар; 1 қол сұртетін орамал мен сабын беріледі; стол, орындықтар, тоңазытқыш, телевизор, қонақ үй ішіндегі телефон, қала бойынша телефон кезекшіде ғана бар; электр жүйесі ортақ. Бөлмені жинау күнделікті жүргізілмейді, асханасы бөлек ғимаратта орналасқан, сервисі көп түрлі емес және ақылы түрде жүргізіледі, қонақ үй бойынша тәулік бойығы кезекшілік жүргізіледі.

3 жұлдызды қонақ үйлер. Ғимараты бетоннан немесе кірпіштен салынған; 2-7 қабатты ғимарат, қонақ үйдегі ортақ холы едәуір үлкен; холда бірнеше телевизоры, кішігірім журналды столдары, ыңғайлы жұмсақ креслолары бар. Қабаттардың бірінде, тәулік бойы, бары жұмыс істейді. Холы және әрбір қабаты жақсы жарықпен қамтамасыз етілген; қабаттарында кілем төселген; жылдам лифті (жүк және адам тасымалдауға) бар. Міндетті түрде қонақ үйдің сыртына аты жазылады. Бөлмелер кішігірім жиһаздармен жабдықталған; стандартты жиһаз, стол мен орындықтардың болмауы да мүмкін. Төсек орны бар; электр жүйесі белме бойынша барлығына да ортақ. Терезелері ашылады, балкон мен лоджия міндетті түрде емес, қонақ үйдің қабырғалары суреттермен әшекейленген, телевизорлы; кондиционер; тоңазытқыш, радиоаппаратура, бар (тек қана "люкс" нөмірлерінде); қонақ үй бойынша телефон тегін; ал қалааралық бойынша ақылы; дәретханасымен бірге орналасқан; дәретхана қағазы, орамал (қол сұртетін және моншалық), сабын (күнделікті ауыстырылады). Бөлмені күнделікті жинайды, төсек орын күнделікті ауыстырылып отырылады; туристтердің жеке, құнды заттарына арналған сейф ұсынылады. Қонақ үйде тәулік бойығы кезекшілік және күзет жүргізіледі.

4 жұлдызды қонақ үйлер. Ғимараты міндетті түрде кірпіштен, бетоннан салынады. Міндетті түрде сыртқы атының жазылуы болу керек, демеушілердің

жарнамасы. Қонақ үй көп қабатты, 17 қабатқа дейін болуы мүмкін. Қонақ үйде жылдам лифті (2 жүк тасымалдауға және 45 адамдарға арналған) кем болмауы тиіс. Қонақ үйде үлкен холы бар. Холы қазіргі заман талабына сай жиһаздалған, қабырғалары әдемі дизайнды, гүлдермен әсемденген, жалпы жақсы жарықпен және радио-видео-телеаппаратураларымен жабдықталған. Қонақ үйде кешкі мейрамхана, бөлек кафе және түнгі бар жұмыс істейді.

Бассейні қонақ үйдің қасында орналасқан және бильярд ойнайтын жері бар. Әр қабатта және холында кілем төселінген. Бөлмелері — үлкен кіреберіс жиһаздармен және толық жиһазбен жабдықталған. Міндетті түрде: телевизор, магнитола, кондиционер, бары бар тоңазытқыш, төсек асты кілемшек, қонақ үй ішіндегі және қала бойынша телефон болады. Лоджиялар мен бассейн бар; душы дәретханасымен бірге орналасқан, 2 орамал (қол сүртетін және моншалық) беріледі. Төсек орнын күнделікті ауыстырылады, бөлме күнделікті жинастырылып отырады. Қонақ үй бойынша кезекшілік пен күзет тәулік бойы жүргізіледі. Буклеттер, визиткалар, қала бойынша проспектілер тегін таратылады.

5 жұлдызды қонақ үйлер. Ғимараты қазіргі заман талабына сай, көп қабатты. Міндетті түрде сыртқы және ішкі бөлімшелері, қымбат соңғы үлгідегі құрылыс материалдарынан салынған. Кіре-беріс есігінде міндетті түрде швейцар тұрады. Кіретін есіктері бірнеше, территориясы қоршалған және өте жақсы күтілген (төсеніштер, гүлдер, клумбалар т.б.), міндетті түрде туристердің және қонақ үйдің транспорты тұратын орын болады. Бір қабаты қызмет көрсетушілерге арналған орындардан, қызмет көрсетуге арналған құрал-жабдықтар тұратын бөлме кеңістіктері мен бөлмелерден тұрады. Егер де қонақ үйдің қасында теңіз болса, онда бассейн қонақ үйдің қасынан салынады және теңізге шыға алады. Төбесі жабылған бассейн қорғалмалы қақпамен салынады. Бассейн жағалауында көптеген де столдар, тербелмелі креслолар, жатқыштар т.б. барлығы да тегін. Бұл жерде-ақ, солярий (ауа ваннасы) болуы мүмкін. Массаж т.б. қызмет көрсету түрлері бөлек ақылы түрде жүргізіледі. Дүниежүзілік стандартқа сай, көп қабаттардың бірінде теннис корты, пинг-понг ойынына арналған корт салынады. Сонымен қатар, бильярд және гольф ойындарына арналған заңдары бар. Міндетті түрде 2 концерттік залдары; біреуі - холдың қасында орналасқан, барлығына да ашық. Бұл концерттік залы едәуір үлкен, бірақ, сахнасыз, түнгі бағдарламасыз, орындықсыз, тегін. Екіншісі - қымбат концерттерге, керсетулерге, шоу-бағдарламаларға, лекцияларға арналған. Екінші концерт залы ақылы. Орталық холл өте үлкен (ол бүкіл қонақ үйді көрсетеді): қабырғалардың дизайны, жиһазы, жарықпен камтамасыз етілуі жақсы ойластырылған. Қонақ үйдің тұрғындары үшін би кештері тегін, әрбір қабатта барлар тәулік бойы жұмыс істейді. Бөлменің электронды карточкалары беріледі. Үлкен коридор, кіреберіс және нөмірлер дыбыстартқыш паласпен жабдықталған. Бөлмелерде әдемі кілемдер мен төсек асты кілемшіктері төселген. Ванна, душ, дәретхана, биде, 3 орамал, бөлмеге киетін аяқ-киім, халат, тіс пастасы, сабынсу — әрбір бөлмеде міндетті түрде бар. Нөмірлер қымбат жиһаздармен жабдықталған. Теле-видеоаппаратуралары, тоңазытқыш, кондиционер, телефон, сейф-дүниежүзіндегі еңжақсы деген фирмалардың

өнімдері осы қонақ үйлерде бар. Кезекшілік пен күзет қонақ үйде тәулік бойы жұмыс істейді. Бөлмені жинау мен төсек орын ауыстыру күнделікті. Ал "люкс" немірлерінде бөлмені жинау және төсек орын ауыстыру қонақтың сұрауы бойынша жүргізіледі.

Әр елдердегі Қонақ үй жүйелігіне тоқталатын болсақ, ол төмендегідей: Австрия мемлекеті қонақ үйлері 5 жұлдызды Европа Қонақ үй жүйесіне жатады. Ауылды елді мекендерде кішігірім қонақ үйлер категориясыз ең арзан орналасу және түнеу орны болып саналады.

Ұлыбритания қонақ үйлері өте жиі тараған қонақ үй классификация жүйесіндегі тәжі (корона) немесе кілт сипатында болып келген.

Европа елдеріндегі қонақ үйлерге карағанда тәжі жұлдыздық жүйеліктен бір сан жоғары болып есептелінеді (5 жұлдыз – алты тәжіге).

Сонымен қатар мұнда (ВТА) Британдық туристік агенттілік классификациясы жиі пайдаланады. Бұл қонақ үй бағасына байланысты әдемі, арнайы туристік топтарға арналып жасақталған қонақ жай орындары.

Аргентина қонақ үйлері ұлттық жүйеге енген. Бес жұлдыздық категорияға сай бес категория белгілері енгізілген.

"Т"- туристік класс- Ол екі жұлдыздық қонақ үй болып есептелінеді.

"F"- бірінші класс. Бұл үш жұлдызды қонақ үй деп есептейміз.

"FS"- супер класс. Суперкласс - төрт жұлдызды қонақ үйге сай келеді.

"L" - люкс, "DL"- өте жайлы ең жоғарғы қонақ үй категориясы болып бес жұлдызбен тең.

Германия қонақ үйлерінің жүйелігі мемлекеттік бес жұлдызды белгіге ие. Орналастыру тәртібінің іс шаралары: қонақ үйлер, курортты, қонақ жай мекемелері, отель-пансиондар және отель-гарнн деп аталады. Осылар орта ауқатты демалушыларға арналған.

Грекия мемлекеті қонақ үйлеріне әріппен белгілеу негізге алынған. Олар төрт категорияға жатады. Жоғарғы, сапалы қонақ үйге — " DL", ал бесжұлдызға сай - А, үш жұлдызға - В, екі жұлдызға - С, бір жұлдызды - Д әрпімен белгіленген. Сонымен қатар қарапайым орналастыру орындарына кішігірім апартаменттер, жеке пәтер үйлер және қонақтарға арналған орындар. Олар негізінен әуежай, автобекет, теміржол бекеттері, порттар маңында шоғырланған.

Египет жерінде бес жұлдызды жүйелік барлық қонақ үйлерге тән. Бірақ кез келген қонақ үйлер жұлдыздары Европа елдеріндегі қонақ үй жұлдыздарына 1 не 2 жұлдызға артығырақ, көрсетілген. Европадағы екі жұлдызды қонақ үй қызметі Египеттегі төрт жұлдызды қонақ үйге тән.

Испания категориялық деңгейі жұлдызды болып келген. Қонақ үйлердің топтарының ерекшеліктері бар. Қонақ үйлерге арналған жұлдыздық жүйелік 1-5 жұлдызға дейін белгіленген. Бунтало, жеке апартаменттер 1-4 жұлдызды белгілерге сай қызмет керсетеді. Пансиондар мен қонақтарға арналған жайлар 1-3 жұлдызды категорияға сай жұмыс істейді.

Өте қарапайым орналастыру орындар 1-2 жұлдызды болып келген.

Италия қонақ үйлері Европа қонақ үй белгілерінің үлгілеріне сай, үш категориядан тұрады. Бірінші категория - 4-5 жұлдызды қонақ үйлері

біріктіреді. Екінші категория үш жұлдызды қонақ үйге, үшінші категорияға екі-бір жұлдызды қонақ үйлерді топтастырады.

Қытай республикасында жұлдызды классификацияда. Қарапайым қонақ үйлерден бастап 5 жұлдызды комфортты қонақ үйлер кешендерін кездестіреміз. Өте арзан тұраққа хостельдер жатады. Студенттік жатақханаға сай қонақ үйлер көптеп тараған.

Мальдив аралдары қонақ үйлері өте жайлы, жоғарғы сапалы қызмет көрсете алады. Ең жоғарғысы "Стандарт" ауқатты демалушыларға арналған. " DL" қонақ үйлер орта ауқатты адамдарға арналса, "Балалар кешені" жанұялық топтарға арналған арнайы тұрақтар.

Мальдив жері туристік рекреациялық аймақ болғандықтан лауазымды адамдарға арналған "Президенттік кешен" деп аталатын қонақ үйлерді де кездестіреміз.

Мальта мемлекеті қонақ үйлері бесжұлдызды классификациялық жүйе жаңа ұлттық құрылымды ендірген кезде сақтала отырып оларды үш категорияға бөледі:

1 категория "Алтын"

2 категория "Күміс"

3 категория "қола"

Мексикада бесжұлдызды классификациялық жүйелік Европаға ұқсас. Кластың деңгейі бірнеше критерии негізінде ерекшелінген. Олардың саны 52-108 дейін. Сонымен қатар бесжұлдыздан да жоғарғы категория "Гранд туристо".

Біріннен Араб эмираттары қонақ үйлері бес жұлдызды классификацияға жатады. Сонымен қатар жекеленген вилла, апартаменттер өте көп кездеседі. Оған себеп климаттық т.б. жағдайлар. қала шетінде категориясыз жататын орынды қонақ үйлер кездеседі. Онда негізінен өндіріс жұмысшылары, қызметкерлері тұрады.

Ресей Федерациясында бесжұлдызды қонақ үйлер 1995 жылдан бастап пайда болды. Ресейдің ұлттық қонақ үйлер ассоциациясына қабылдануымен тікелей байланысты. қазірде Кеңестік кезеңнен қалған разрядтық қонақ үйлер әлі сақталған.

Франция қонақ үйлері жұлдызды жүйеде болуы тарихи аспектіге ие. Алғаш Француздар жұлдыз жүйелігіне көшкен. Сондықтан мұнда барлық қонақ үйлер толығымен жұлдыздық бірлік енгізілген.

Америка Құрама Штаттарының қонақ үй және мотелдер ассоциациясының ақпараттары бойынша, АҚШ-та 46 000 қонақ үй және мотел, жалпы бөлме сандары 3,3 млн . Жылдық табыс көлемі 65 млрд. долл. АҚШ- та басқа мемлекеттерде сияқты нақты өкімет органдары тарабынан бекітілген қонақ үйлердің классификациясы жоқ. Бірақ тәжірибе жүзінде қонақ үйлер түрлері көп. Америка автомобилдер ұйымы қонақ үйлерді "бриллиант" бірлігімен сипаттайды. Ал Mobile Travel Guide ұйымы болса қонақ үйлерді "жұлдыз" жүйелігімен сипаттауда. АҚШ Автомобилдер Қоғамына кіретін 24000 қонақ үй мынандай қызмет түрлерімен және категориялармен сипатталады:

Категориясы бір бриллиант қонақ үй- негізгі жол торабы жағынан жай ғана көрініске ие және мұнда туристер үшін ең керекті шарттар қарастырылған.

Категориясы екі бриллиант қонақ үй- сапасы орта дәрежедегі қызмет және жихаз түрімен әбзелденген. Қонақ үйдің сыртқы көрінісі аса көрнекті.

Категориясы үш бриллиант қонақ үй- сапасы жағынан жоғарыда айтылған екі категорияға қарағанда, айтарлықтай көптеген мүмкіншіліктерге ие.

Категориясы төрт бриллиант қонақ үй- келген қонақтардың сұранысынан бұрын оларға арнайы қызмет түрлері көрсетіледі. Негізгі жол торабынан күрделі көрініске ие.

Категориясы бес бриллиант қонақ үй- келген қонақтарға максималды түрде қызмет көрсетіледі және бөлме ішіндегі жихаздар, қонақ үй сыртының көрінісі архитектуралық сапасы жағынан керемет.

Қонақ үй шаруашылығының ішкі сервистік қызметі.

Туристерді орналастыратын орын ретінде аздаған таңдауы бар кез-келген орындарда (түнеу үшін) қосымша керек нәрселер ретінде мыналар ескеріледі а) жалпы орын санының белгілі-бір минимумы болуы керек; б) басқармасы болады және ол коммерциялық негізде басқарылады. Дүние

жүзілік туристік ұйымның ескертпе ұсыныстары бойынша барлық орнастыру орындары ұжымдық және жеке адамдық болып бөлінеді. Қонақ үйлерде міндетті түрде демалушы туристерге комфортты жағдай жасалуы тиіс. Қонақ үйлер қонақ үй тізбектерін құрауы мүмкін (Анкор-Франция, Холидей Инн-АҚШ т.б.) және қонақ үйлерде нөмірлерді жинау, төсек жабдықтарын ауыстыру және қосымша қызметтер сияқты міндетті қызмет түрлері көрсетілуі шарт.

Көрсетілетін қызмет түрлері мен жабдыкталуына байланысты қонақ үйлер кең профильді, пәтер типті, мотельдер, курорттық және жол бойғы т.б. болып бөлінеді.

Сауықтыру орындарындағы қонақ үйлер (санатория т.б.) туристерге орын беруден басқа да қызметтер көрсетеді, яғни орын беру басты нәрсе емес, одан басқа адамдарды емдеу, демалысын қамтамасыз ету жүргізіледі. Қалған қонақ үйлер көбіне орын беру үшін жұмыс жасайды. Ирландияда, мысалы, тоғызға дейін болатын қонақ үй корпустары тұтас бір кешен құрап, оның біреуі кеңсе болады да қалғандары адамдардың демалысына байланысты, орналасуы, ұйықтауы үшін жабдыкталады. Оларда ванна, әжетхана т.б. бөлме топтары болады. Әрбір корпус жеке тұтынушы үшін қайтадан жиналып, даярланады.

Қазіргі заманғы қонақ үйлер туристерге комфортабельді түрде түнейтін орын ұсынатындай және қосымша қызметтермен қамтамасыз ететіндей болуы тиісі, сондай-ақ олардың корпустары көп функциялық құрылыс және техникалық күрделі құрылым түрінде болып келеді.

Қонақ үй корпустарын қайта жөндеу және салу ірі инвестицияны қажет етеді. Мысалы "Интурист" (Москва) қонақ үйінің реконструкциясына 120-150 млн доллар қажет. Қонақ үйлерді салу бірнеше инвестициялық циклді талап етеді. Инвестициялық портфельдің қалыптасуы, қонақ үйді салу қажеттігін құрылыс-монтаж жұмыстарын жүргізу, өңдеу-әрлеу жұмыстары объектіні тасырып пайдалануға беру өте ұзақ уақытты қамтиды.

Қонақ үйлер өздерінің архитектуралық шешімдерімен келбеттерімен бір бірінен ерекшеленеді. Алғашында қонақ үйлер жеке тұрған немесе төңіректегі үйлермен жымдасқан массив түрінде салынса, кейіннен ұзақ ізденістің нәтижесінде жоспарлық шешімдер кең ауқымды қонақ үйлердегі арнайы қызмет түрлеріне ыңғайланған композициялардың пайда болуына алып келді. Түнейтін орындар болса қызмет орындарынан бөлек болады да әрбір қызмет үшін жеке функционалдық (архитектуралық) блоктар арналады.

Қонақ үйлерді салу кезіндегі басты назарда болатын нәрселер мыналар:

1. Ол қоршаған ортаға қала немесе село ландшафтарының ерекшеліктерін сақтай отырып, сол ортағаға сән беріп тұруы керек.
2. Табиғи-климаттық факторлар (температура, ылғалдылық, жел жылдамдығы т.б.) ескерілуі қажет.
3. Архитектуралық жоспарлық шешімдер өте қымбат болмауы тиіс. Үйді жоспарлау оны пайдаланудың үнемділігін қамтамасыз етуі қажет.
4. Жобалау кезінде жарнамалық жағдай ұмытылмауы тиіс, яғни ғимараттың қас бетін (фасадты) көркемдеу, өзіндік ерекшеліктерінің болуы т.б.
5. Жобаланатын қонақ үй қызмет көрсетуді ұтымды етуі үшін, комфорттылықты қамтып, функциональдық талаптарға жауап беруі керек.
6. Үй эстетикалық, экологиялық, техникалық, санитарлық талаптарға сай болуы тиіс.

Қонақ үйлерді жобалау нормативтік және ұсыныс ретіндегі құжаттар арқылы негізделеді. Қонақ үй жобасында үйдің көлемі, аумағы, құрылысты салу бағасы, материалдар құны, конструкциялар, инженерлік жабдықтар, тамақтандыру орындары, қосымша қызмет түрлері мен олардың бағалары, сондай-ақ әр түрлі сыйымдылықты нөмірлердің орын сандарының ара қатынасы көрсетіледі.

Қонақ үйлерге деген қажеттілікті анықтау қиынырақ мәселе болып табылады. Оны анықтау кезінде регионның қонақ үйлермен қамтамасыз етілуі, салықтың табысы, регионның маңыздылығы, региондағы іскерлік мәселесі, көңіл көтеру мен демалыстың алатын орны, көлік қатынастық жүйемен жабдықталуы ескеріледі. Қонақ үй корпусары түрлі белгілер бойынша, яғни конструкция түріне, сыйымдылығына, қабаттар санына, мақсатына, пайдалану режиміне т.б. қарай ажыратылады. Конструкция түріне қарай олар каркастық, блоктық, жергілікті материалдардан жасалған болып бөлінеді. Пайдалану режимі бойынша жыл бойғы, маусымдық және аралас болып келеді.

Орналасқан орнына қарай қонақ үйлер қаладағы, қала шетіндегі, жол бойындағы, судағы т.б. болып бөлінеді. Қонақ үйлердің қабаттылығы да әр түрлі. Мысалы, Сан-Францискодағы "Пичтри Плаза отель" жетпіс қабатты мұнара түрінде болса, "Украина" (Москва) 30 қабатты.

Қонақ үйлер сыйымдылығына қарай да әр түрлі : 100 орынға дейін шағын, 100 ден 500 -ге дейін орташа, 500- ден ары ірі болып есептеледі. Халықаралық

тәжірибе бойынша комфорттылық жұлдыз санына қарай бөлінеді ең төменгісі 1- жұлдызды, ең жоғарғысы 5-жұлдызды.

Қонақ үйдің интерьері эстетикалық және көркемдік жағынан әсерлі болып, жиһазбен, төсек жабдықтарымен, асхана төсегіштерімен, кілемдермен қамтамасыз етілуі тиіс. Төңіректегі түс пен табиғи жарықтың түсіп тұруына (жоғарғы, бүйір және аралас жарықтар мен электр жарықтары) көңіл бөлінеді.

Еден көрінісін, төбені, қабырғаларды үнемі қарап, қонақ үйдің жөндеу жұмыстарын жүргізіп тұру қажет.

Функциональдық қажеттілігіне қарай қонақ үйдің ішінде мынадай бөлме кеңістіктері болуы тиіс: вестибюль, адам тұратын бөлім, тамақтандыратын бөлме кеңістіктері, сауда және тұрмыстық қызмет ету бөлме кеңістіктері, спорт, көңіл көтеру, бизнеске арналған бөлме кеңістіктері, қызметкерлерге және техникалық жұмыстарға арналған бөлме кеңістіктері. Вестибюль бөлме кеңістіктері қонақ үйдің ең жауапты бөлімдерінің бірі. Өйткені онда қарсы алу, шығарып салу сияқты рәсімдер мен кейбір жұмыстарға байланысты бөліп тарату жүргізіледі. Көңіл көтеру бөлме кеңістіктеріне: бассейн, спорт залдары, кегельбан т.б. жатады. Бизнес бөлмелеріне конференция залдар, іскер адамдар және банк операцияларына арналған бөлмелер мен көрме залдары қатысты. Сауда және туристік қызмет бөлме кеңістіктерінде тұтынушыларға сауда орындары, шаштараз, сұлулық салоны, химиялық тазалау, фотография, тігін және жөндеу қызмет жасайды. Техникалық бөлмелерде салқындатқыш кондиционерлер жұмысын, орталықтандырылған қоқыс шығаруды, телефон байланысын, дабыл беруді бақылайтын, қонақ үйдің калыпты қызметін қамтамасыз ететін қызметтер орналасады. Қонақ үйдің функциональдық бөліміне, сондай-ақ тіркес жатқан территория да жатады. Ол тұтынушыларды және қызмет көрсетушілерді сыртқа ортадан бөліп тұрады. Қонақ үй орналасқан орын келушілер үшін жақын болғаны жөн. Сондықтан ол көлік қатынас тораптарына таяу орналасса тиімді болады. Қонақ үй жанына демалыс орындарын, автотұрақтың жақын немесе қонақ үй территориясында орналасқаны қонақтар үшін өте қолайлы.

Мазмұны:

| | |
|---|----|
| Кіріспе..... | 3 |
| Инфрақұрылым ұғымы..... | 6 |
| Өндірістік инфрақұрылым..... | 8 |
| Әлеуметтік инфрақұрылым..... | 10 |
| Әлеуметтік инфрақұрылым элементтері..... | 12 |
| Туристік қызмет объектілерінің тартымдылығын қамтамасыз ететін факторлар..... | 13 |
| Саяси факторлар..... | 14 |
| Жаһандану және МІСЕ индустриясы..... | 16 |
| Әлеуметтік-экономикалық факторлар..... | 20 |
| Технологиялық факторлар..... | 21 |
| Электр энергетикасы саясаты..... | 22 |
| Ақпараттық саясат..... | 23 |
| Телекоммуникацияларды дамыту..... | 24 |
| Институтционалдық факторлар..... | 25 |
| Құрылымдық –ұйымдастыру факторлары..... | 27 |
| Туризмдегі көлік..... | 29 |
| Орналастыру құралдары..... | 32 |
| Қонақ үй шаруашылығының дамуы туралы жалпы түсінік..... | 33 |
| Әлемдік және Қазақстан қонақ үй шаруашылығының классификацияы және қызмет түрлері..... | 38 |
| Қонақ үйлердің қазіргі заманғы классификация жүйелігі..... | 44 |
| Қосымша..... | 54 |

Пішімі 60x84 1/12
Көлемі 55 бет 4,6 шартты баспа табағы
Таралымы 20 дана.
Ш.Есенов атындағы КМТЖИУ
Редакциялық - баспа бөлімінде басылды.
Ақтау қаласы, 32 ш/а.